

Facultad de Filosofía y Letras
Máster en Patrimonio Histórico y Territorial

***Recordando El Álamo: Merchandising, cultura pop y
mercantilización para convertir el patrimonio cultural en un
producto***

*Remembering The Alamo: Merchandising, Pop Culture and
Commodification Turning Cultural Heritage into a Product.*

Autora: Andrea Martínez Fernández

Director: Dr. Jose Eloy Gómez Pellón

Curso 2020/ 2021



“Estos souvenirs horteras realmente han estado aquí desde siempre...” En la prenda, se lee: “Mis padres fueron a San Antonio de Valero y lo único que me trajeron fue esta terrible camisa de ante”

INDICE

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS	4
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>5</u>
MOTIVACIÓN	6
OBJETIVOS	7
<u>ESTADO DE LA CUESTIÓN</u>	<u>11</u>
EL PROBLEMA DEL REVISIONISMO	14
<u>METODOLOGÍA</u>	<u>15</u>
<u>MARCO TEÓRICO</u>	<u>17</u>
CULTURA MATERIAL	17
PATRIMONIO Y VALORES	19
CAPITALIZACIÓN DEL PATRIMONIO	21
<u>EL ÁLAMO: HISTORIA Y CONTEXTO</u>	<u>22</u>
CULTURA POP	29
PATRIMONIO MUNDIAL	31
DESTINO TURÍSTICO	34
<u>OBJETO DE ESTUDIO: <i>SOUVENIRS</i></u>	<u>37</u>
NACIONALISMO COMO PRODUCTO	38
<u>ANÁLISIS</u>	<u>39</u>
LA ENCUESTA	39
RESULTADOS	43
<u>DISCUSIÓN</u>	<u>49</u>
LOS <i>SOUVENIRS</i>	49
JUGUETES	52
REVISIONISMO PRESENTE	53
DAVY CROCKETT	54
<u>CONCLUSIONES</u>	<u>56</u>
HOMOGENEIDAD EN LA COLECCIÓN	56
GUERRA Y PAZ	57
CREANDO LA IDEA DEL PATRIMONIO	57
MITOLOGÍA AMERICANA	59
RECUERDOS DE EL ÁLAMO	59
OPORTUNIDADES	59
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>61</u>

RESÚMEN

Existe un fenómeno singular en torno a la Misión San Antonio de Valero, mejor conocida como El Álamo. Localizada en el centro de la ciudad de San Antonio (Texas), ha sido objeto de estudio y de protagonismo durante décadas. Las mitologías y narrativas construidas en torno a su historia que dejaron las Hijas de la República de Texas y el eminente sentido de patriotismo asociado a este sitio lo han convertido durante años en el destino turístico más visitado de todo el Estado de Texas. Subsecuente a este fenómeno, se ha creado una infraestructura comercial a su alrededor que ha llegado a rozar el absurdo. Tiendas de *souvenirs* que ofrecen el mayor rango de *merchandising* imaginable, instalaciones museísticas que no guardan relación alguna con el sitio y franquicias de comida rápida que contrastan con los esfuerzos de la ciudad por promover la dimensión culinaria del patrimonio. En este trabajo pretendo evaluar el impacto que pueden tener estos procesos de mercantilización del patrimonio cultural en su interpretación, y en el caso de El Álamo, en el impacto que genera en su contexto: el resto de misiones, la declaración como Patrimonio Mundial y la ciudadanía.

ABSTRACT

Around Mission San Antonio de Valero, better known as The Alamo, exists an interesting phenomenon. Located in downtown San Antonio, it has been a subject of study and a protagonist for decades. The mythologies and narratives built around its history, left by the Daughters of the Republic of Texas, and the eminent sense of patriotism associated with it has resulted into being the most visited touristic site of all Texas for the last years. Subsequent to this situation, the commercial infrastructure created around it that has reached the limits of the absurd. *Souvenir* shops that offer the widest range of merchandise imaginable, museum installations that have nothing to do with the site, and fast-food franchises, in contrast with the city's efforts to promote the local culinary heritage. In this paper, I intend to evaluate the impact that these processes of commodification of cultural heritage can have on its interpretation, and in the case of The Alamo, on the impact it generates around its context: the rest of the missions, the declaration as World Heritage and the inhabitants of San Antonio and Texas.

Palabras clave: *Cultura Material, Revolución de Texas, Souvenirs, Davy Crockett, Nacionalismos*

Keywords: *Material Culture, Texas Revolution, Souvenirs, Davy Crockett, Nationalisms*

AGRADECIMIENTOS

Al final, este trabajo ha sido el fruto de muchos años de andar de aquí para allá. Muchas personas que se han cruzado por un camino que yo tanteaba con una venda torcida. Este trabajo es el punto final a una consecución de eventos, que pone la guinda, al menos de momento, a mi etapa como estudiante.

Quiero agradecer, en primer lugar, a US/ICOMOS (Brian, Jane y el resto de personas implicadas), por darme la oportunidad de vivir la verdadera experiencia americana y por ayudarme a convertirme en una mejor profesional. En San Antonio, al maravilloso equipo de la World Heritage Office, donde se gestó mi interés por El Álamo y el resto de misiones. Especiales agradecimientos a Colleen, Rogelio y Laura por haber invertido tiempo y trabajo en mi formación.

En casa, a mi entorno y seres queridos, que no solo me han apoyado en todo momento sino que se han implicado para que, a pesar de las diferentes adversidades, haya podido hacer que este trabajo y máster llegase a buen puerto.

En la universidad, un agradecimiento especial a Eloy Gómez Pellón, por haber sido un gran apoyo desde el primer momento, por la sabiduría de sus consejos, y, como supervisor, por dar la libertad y las herramientas que han permitido que este trabajo sea el que es. Aprecio no solo su apoyo académico y su confianza en mí, sino sus alentadoras palabras en todo momento, que han hecho que alce la moral y quiera esforzarme por dar lo mejor de mí.

Al resto de profesores del máster, por haberme aportado una visión completamente nueva sobre el Patrimonio Cultural, especialmente a Javier Gómez Martínez, por sus estimulantes clases y nuestro gusto compartido por la cultura material; y a Elena Martín Latorre, porque su integridad y ortodoxia en la academia me ha ayudado a convertirme en una persona más diligente.

Comencé este Máster como forma de solucionar un gran bache personal. Al final, se ha convertido en una gran experiencia, y una lanzadera hacia mi futuro. Gracias por todo, a todas y a todos. Nos vemos en La Habana.

INTRODUCCIÓN

En el presente Trabajo de fin de Máster se desarrollará un trabajo de investigación focalizado en un caso de estudio, aplicando una serie de conocimientos adquiridos durante el desarrollo del curso académico.

El caso de estudio a analizar, sin embargo, se encuentra fuera de las fronteras del Estado Español sobre el cual ha predominado la materia vista en clase. De esta forma, teniendo a El Álamo (Texas) como protagonista, un bien cultural generado en un proceso histórico colonial, podemos analizar de forma crítica los conceptos predominantemente españoles vistos durante el curso.

La justificación de este caso de estudio parte, en primer lugar, de mi interés en explorar diferentes tipos de transnacionalidades dentro del patrimonio colonial, si bien la investigación que se va a desarrollar a continuación está centrada en un análisis crítico de la cultura material y los usos del patrimonio. La Misión de San Antonio de Valero, fundada en 1718 por monjes franciscanos de origen español en la ribera del río San Antonio, supone la génesis de la ciudad homónima a este río, en la actualidad una de las más pobladas de Estados Unidos y un gran centro metropolitano dentro del Estado de Texas. Forma parte de una inscripción como Patrimonio Mundial en conjunto con otras cuatro misiones y un sitio arqueológico. Sin embargo, esta antigua misión española es más conocida en la actualidad por otro nombre: El Álamo. Mientras que esta declaración como Patrimonio de la Humanidad realza el valor del sitio como evidencia de un “intercambio cultural entre Coahuiltecos y españoles”, la narrativa sobre el Álamo está principalmente focalizada en un evento posterior y en las razones que dieron lugar a éste (Flores, 1998).

El Álamo es principalmente conocido por ser uno de los escenarios más icónicos y más representados con posterioridad a la Guerra de Independencia de Texas (1835-1836), que enfrentó a México y a la República/Estado de Texas. Durante el Asedio de El Álamo, los beligerantes texanos resistieron el ataque durante 13 días, hecho que ha trascendido hasta convertirse en un mito nacionalista. Este evento es el protagonista de la narrativa del sitio, que lo convierte en más que los restos parcialmente *ruinificados* de una Misión Española, en un campo de batalla. Un campo de batalla que hoy en día, al menos hasta la crisis sanitaria, se ha convertido en uno de los destinos turísticos con más afluencia de todo el estado de Texas. En este trabajo se analizarán una serie de

fenómenos en torno a la mercantilización y patrimonialización de El Álamo, entendido como un objeto material, contenedor de valores patrimoniales contruidos a lo largo del tiempo.

Motivación

La realización de este trabajo se justifica tras una estancia en San Antonio durante la cual realicé unas prácticas en la Oficina de Patrimonio Mundial (World Heritage Office) de la ciudad, que gestiona las diferentes declaraciones de la UNESCO, ya no solo de Patrimonio Mundial, sino a su vez de Ciudad Creativa (Gastronomía). Durante mi estancia en San Antonio, pude contemplar lo que en ese momento taché simplemente de fenómeno interesante, y que, a través del tiempo y del estudio, he terminado definiendo mejor. En torno a El Álamo no existe únicamente un complejo proceso de creación de significados que ha dado lugar a una narrativa centrada en héroes y mitologías, sino un enorme complejo de capitalización del bien, tanto por vía oficial como por vía extraoficial.

El Álamo forma parte de un enorme complejo de misiones coloniales españolas, siendo además, la más conocida de aquellas que han sido declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2015. Se podría decir, a grandes rasgos, que incluso define el propio punto neurálgico de la ciudad, si bien la iglesia de el Álamo, la estructura más representativa y resto arqueológico mejor conservado atraen más a los turistas que a la propia población local. El Álamo, además, supone el núcleo fundacional de la ciudad de San Antonio.

En torno a El Álamo se ubica una cantidad desorbitada de negocios de carácter turístico, los cuales justifican su localización con una mínima o inexistente relación con el sitio (Campeanu, 2003). Desde tiendas de *souvenirs* hasta nada más y nada menos que 4 museos de la franquicia *Ripley's*. El valor museístico de estos sitios, aún a riesgo de no aportar la suficiente justificación y de no sonar tan postmoderna como me gusta aparentar, es más bien nulo. Por otra parte, tenemos un complejísimo plan de gestión integral del sitio (Alamo Master Plan) que lleva dando quebraderos de cabeza a los diferentes agentes implicados en la gestión durante años. El plan, que tiene como objetivo una reinterpretación del patrimonio en este espacio urbano, ha sido convertido en un arma política de doble filo que genera más conflictos de los que soluciona.

Además de la mercantilización externa del sitio, que aprovecha el reclamo turístico de El Álamo, el propio Alamo Trust Inc., empresa sin ánimo de lucro que gestiona el sitio histórico, ha aprovechado este potencial para llenar el catálogo de su tienda oficial con diversos productos que serán el sujeto de estudio de este trabajo.

El fenómeno de la mercantilización del Patrimonio Cultural ha sido estudiado ya por diversos autores y autoras (Campeanu, 2003), tanto en relación al patrimonio material como al inmaterial. Considero, como bien se va a desarrollar a continuación, que el Álamo, debido a su trayectoria histórica, a su ingente uso como recurso turístico y a su posición física dentro del entramado urbano, lo convierten en un interesantísimo caso de estudio. El poder estudiar la capitalización de un bien, desde tantos puntos de vista y de forma interseccional, lo convierten en un complejo paradigma de estudio. La capitalización de la narrativa, la *tokenización*, la explotación turística y la revalorización de su entorno urbano son fenómenos diferentes, pero de base capitalista que han de ser estudiados de forma cruzada.

Objetivos

El objetivo principal de este trabajo consistirá, por un lado, en analizar la construcción de un bien patrimonial, de alto valor material y simbólico, como es la antigua Misión de San Antonio, que ha quedado ligado a la ciudad del Álamo y, por extensión al estado de Texas. Y por otro lado, en examinar cómo este símbolo se ha degradado en el correr del tiempo por efecto de los procesos de mercantilización que han recaído sobre el mismo. Durante mi estancia en San Antonio, El Álamo supuso un objeto de investigación de gran importancia debido a la naturaleza de mis prácticas; sin embargo, observé que la amplia infraestructura turística y comercial construida en torno a él parecía haber segregado a este símbolo de la ciudad de su ciudadanía. A su vez, tras haber entendido mejor los procesos de creación de significado en un Trabajo de Fin de Máster anterior (Martínez Fernández, 2021), quiero pasar a analizar como los diferentes valores y narrativas son reflejadas en la cultura material producida con el objetivo de ser comercializada en relación al sitio, es decir, el *merchandising*.

La pretensión más evidente de este trabajo es poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso, y aplicarlos de forma crítica a un caso que, hallándose fuera de las fronteras de nuestro país, se halla indisolublemente ligado a éste por razones

históricas. Trataré con ello de poder comparar diferentes formas de entender el patrimonio cultural de forma crítica.

Con respecto a los contenidos de este trabajo en sí, el primer objetivo será realizar una recopilación del catálogo online de *merchandasing* oficial de El Álamo, para así crear un corpus con el que poder trabajar. El análisis crítico de este corpus tendrá como objetivo cumplir los siguientes objetivos:

1. Conectar la amplia representación de El Álamo en la cultura pop estadounidense con la capitalización de éste

El uso de El Álamo como campo de batalla y la posterior mitificación del evento podrían haber dado lugar a un sitio que se ha capitalizado en base a la idea de éste representada contemporáneamente en el cine, la música y la literatura, por no mencionar la literatura revisionista. Esto ha generado una retroalimentación que podría estar dando lugar al engordamiento de un mito y a su capitalización, cada vez más alejado de la dimensión patrimonial.

2. Interconectar las diferentes capitalizaciones del sitio y de su entorno a través de la producción cultural generada en el sitio.

El entramado económico no se basa exclusivamente en la venta de *souvenirs*, sino que el impacto de la presencia de un “mega-artefacto” como puede ser El álamo se ha extendido a lo largo del entramado urbano. El precio del suelo, la infraestructura comercial, turística y pseudo-museística también tiene un relevante papel en la narrativa del sitio y en su posición como objeto de consumo. A través del análisis y puesta en contexto de los *souvenirs* vendidos en el Álamo de forma oficial, se podrá arrojar luz sobre los eventos acontecidos en torno a él y su puesta en valor basada en el valor de intercambio.

3. Establecer de que forma esta comercialización afecta a los valores del sitio y a las comunidades patrimoniales afectadas.

Por último, el objetivo a la hora de afrontar las conclusiones será el de analizar la puesta en valor del sitio desde el punto de vista económico, su problemática y sus beneficios desde un punto de vista social. Igualmente, otro tipo de oportunidades de puesta en valor a través de la capitalización y el valor de mercado del sitio serán enumeradas, entendiendo que es imposible tumbar una gestión patrimonial tan exitosa económicamente hablando.

Una vez definidos los objetivos de esta investigación he decidido resumirlos en lo que será la respuesta a la siguiente pregunta, para que desde un punto de vista teórico pueda realizar algún tipo de aportación.

En el caso de El Álamo, ¿de qué maneras se puede reflejar la mercantilización de una narrativa sobre el patrimonio en un objeto de consumo?

Se parte de la hipótesis de que a lo largo de los años en los que el Álamo ha sido, no solo un destino turístico, sino un símbolo nacionalista estadounidense y centro neurálgico de la ciudad de San Antonio, se ha ido llevando a cabo un proceso de mercantilización que ha anulado casi por completo la dimensión histórica del sitio más allá de los eventos relacionados con la Revolución de Texas. Histórica y culturalmente, especialmente a nivel internacional debido a la declaración de Patrimonio Mundial del año 2015, El Álamo se encuentra estrechamente relacionado con las otras 4 misiones que se encuentran dentro de los límites de la ciudad: San José, San Juan, Concepción y Espada. Estas cuatro misiones, ubicadas en entornos suburbanos y rurales, están gestionadas por el Servicio de Parques Nacionales (National Park Service, o NPS a partir de este momento), y su discurso se centra en la exaltación de las identidades latinas y su narrativa en el período colonial español. Esto causa que las cuatro misiones queden en un paraguas discursivo completamente distinto, estando su narrativa centrada en la multiculturalidad y el valor de las minorías, mientras que El Álamo centra su discurso en el nacionalismo, su narrativa en un evento bélico y crea una mitología cuyos héroes fueron propietarios y defensores de la esclavitud. Esto, sin embargo, no niega que el discurso vertido sobre las misiones de San Juan, San José, Concepción y Espada no sea una visión del periodo colonial blanqueada, en la cual se excluye a las personas Nativo-Americanas y mayoritariamente no refleja la violencia que se llevó a cabo durante este proceso. Se describe al período colonial como un momento de intercambio de culturas, olvidándose de la dimensión bélica del proceso, de la aculturación forzosa y de la pérdida de culturas indígenas. Igualmente, el proceso de reconciliación entre los Estados Unidos y las personas descendientes de los Pueblos Nativo-Americanos se encuentra aún en un punto muy poco avanzado del proceso, a pesar de la larga trayectoria en el tiempo. Las Misiones de San Antonio en particular constituyen un importante elemento

en las reivindicaciones por la igualdad cultural y étnica en Estados Unidos, así como un importante elemento para la reconciliación (Altizer, 2007).

Teniendo en cuenta que el discurso de el Álamo se entiende de forma aislada con respecto al resto de misiones españolas inscritas como Patrimonio de la Humanidad, la producción de *merchandising* asociada a él es igualmente independiente. El proceso de comercialización del sitio ha sido llevado a cabo por agentes externos y tremendamente influenciado por la cultura *pop* que ha representado El Álamo mayoritariamente como campo de batalla.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

En España se suele decir que sobre pocos conflictos se han escrito más que sobre la Guerra Civil Española. En el caso de la historiografía estadounidense, especialmente en Texas, la Batalla de El Álamo ha tenido una enorme presencia dentro de los estudios académicos, siguiendo diversas tradiciones. En este estado de la cuestión, me voy a centrar en desarrollar los diferentes debates académicos en torno a la interpretación de el Álamo como sitio y objeto histórico y arqueológico, siguiendo como base las diferentes interpretaciones críticas en materia de descolonización del patrimonio e interpretación de la narrativa. Por otra parte, en una última subsección, hablaré del problema que supone para la creación de conocimiento la popularidad de la literatura revisionista.

Una narrativa tradicionalmente construida por la facción más privilegiada de la sociedad se está volviendo ahora, lentamente, cada vez más inclusiva tanto para grupos oprimidos como para las minorías. Ahora se están mirando y considerando nuevas perspectivas sobre género, raza y procesos históricos tanto social, académica como políticamente. La historia de la Batalla del Álamo ha tenido una fuerte presencia en los medios de comunicación, contribuyendo a la creación de un mito. Ejemplos de esto son la película de 1960 *El Álamo*, dirigida y protagonizada por John Wayne en el papel de Davy Crockett, también con Richard Widmark como James Bowie y Lawrence Harvey como William Travis, entre otros. Esto no solo eleva algunos de los lados, sino que enfoca la narrativa de El Álamo en los eventos ocurridos durante un proceso histórico muy limitado en el tiempo, dejando que los orígenes coloniales del sitio caigan en el olvido (Burrough, Tomlinson y Stanford, 2021).

El Álamo también nos puede contar historias que no están presentes en estas películas, pues su historia va más allá de la existencia del Estado de Texas. Las opiniones críticas sobre la historia colonial de las misiones, a menudo invisibles en los medios de comunicación, pueden verse retratadas en publicaciones como *Peace Came in Form of a Woman: Indians and Spaniards in the Texas Borderlands* (Barr, 2007) que hace un análisis crítico de la colonización del territorio tejano por los españoles. El tema de la descolonización del patrimonio está siendo un tema principal en los tiempos que vivimos. En este libro no se menciona directamente El Álamo, pero sí supone una nueva

interpretación crítica, en clave de género, del proceso colonial que dio lugar a la creación de las misiones españolas.

Ya relacionada directamente con el sitio, a pesar de ser bastante más antiguo que el anterior, es San Antonio, Tejas, en la época colonial (1728-1821) escrito en 1989 por la historiadora española María Esther Domínguez, obra que aún sigue vigente. Este libro ofrece una visión clara y directa del período colonial español y ha servido como un complemento extraordinario para otras publicaciones menores, pero más recientes sobre la historia de San Antonio.

Una vez que se entendió el proceso histórico, el siguiente tema fue entender el colonialismo desde la perspectiva del patrimonio, partiendo de la base de que es un elemento importantísimo en la naturaleza del sitio. El foco de análisis se ha puesto en el “intercambio cultural”, resultando en el hecho de que se trata de un patrimonio creado como resultado de un proceso colonial. Esto no significa que los valores depositados en los sitios estén relacionados con el colonialismo, ni en el caso que lo estén, no condiciona la perspectiva en la que se aborda el proceso colonial. Pero, dado que en la investigación tentativa preliminar se demostró que este era probablemente considerado como el valor más fuerte del sitio, esta era una pregunta que debía abordarse. Mi inmersión en el campo del patrimonio colonial ha consistido en muchos artículos que serán referenciados durante el curso de este Trabajo de Fin de Máster, pero el foco se puso, nuevamente, en dos trabajos monográficos principales:

Primero, quiero destacar el trabajo de Rodney Harrison con su libro *Rethinking Colonial Past Through Archaeology* (Harrison, 2014). Como arqueóloga, y teniendo en cuenta el fuerte enfoque que tengo en la cultura material, creo que la arqueología es una herramienta que puede ayudarnos a descubrir las estructuras coloniales y, por lo tanto, poscoloniales a través del contraste de la información arqueológica con las fuentes históricas. Al analizar críticamente el pasado colonial, se arroja nueva luz sobre la creación de identidades modernas. No solo tenemos una nueva forma de mirar el pasado, sino una nueva forma de mirar el presente.

En el mismo orden de cosas, la otra fuente principal de documentación para este análisis, y otro trabajo clave sobre este tema, es el monográfico editado por Cipolla y Howlett Hayes, *Rethinking Colonialism. Enfoques Arqueológicos Comparados* (Cipolla y Howlett Hayes, 2015), donde una serie de autores brindan diferentes visiones sobre los

temas. A pesar de que no todos los trabajos recopilados en este libro me han servido en este número, me ha ayudado a crear una visión crítica sobre cómo se abordan y abordan las identidades coloniales. No hay que olvidar, que al fin y al cabo, aunque el discurso de El Álamo no se centre en el periodo colonial de origen español, lo que sigue, es una época colonial anglosajona.

Aún así, el tema de la herencia colonial o las identidades coloniales es bastante nuevo en la disciplina. Se han escrito pocos trabajos monográficos y, si bien es un tema que se aborda con frecuencia en los artículos académicos que abordan este tipo de patrimonio, aún no ha llegado a ser un tema protagonista. Pocos autores están comenzando a trabajar en una visión crítica del proceso histórico. Aquí se puede destacar a Lee Panich, pero aún queda por hacer el salto de la historia a los estudios del patrimonio. Sin embargo, Lee Panich ha sido el autor de diferentes libros en los cuales diferentes autores han rescatado historias subalternas y han abierto la puerta a una nueva reinterpretación de El Álamo. Se pone de manifiesto la construcción de una narrativa de carácter nacionalista a lo largo del tiempo por autores como Thoms, Vasquez y Martínez de Vara, que defienden la lucha contra una narrativa opresora, que ha silenciado las perspectivas indígenas y latinas, para convertir El Álamo en un mito de la América blanca y occidental (Thoms, Vasquez y Martínez de Vara, 2021).

Las identidades del colonizador y del colonizado se definen a través de procesos históricos que ahora, finalmente, están siendo cuestionados. Las Misiones de San Antonio y El Álamo son un conjunto de restos materiales sobre los que se somete a una reinterpretación y un proceso de replanteamiento. Las narrativas de los sitios serán así eventualmente revisadas, y en este TFM pondré mi granito de arena en definir en qué punto del proceso se encuentran.

Sin embargo, se podría decir que se están haciendo ya grandes esfuerzos por entender El Álamo como un *lieux de mémoire*, o lugar de memoria, más allá de la literatura revisionista, poniéndolo en contacto de forma crítica con su entorno y su contexto histórico. No es una corriente mayoritaria, pero autoras como Holly Beachley Brear o Richard Flores, arrojan luz en una academia corrompida por el historicismo. Esta corriente, que interpreta El Álamo como un lugar de memoria, está ampliamente influenciada por la relevancia del sitio como destino turístico: siendo uno de los lugares más visitados de Texas, se ha convertido en poco más o menos que un lugar de

peregrinación, en el que se combinan mitos y rituales (Brear, 1995) para dar lugar a una identidad nacional revestida de leyendas.

El problema del revisionismo

El Álamo ha estado muy presente en la literatura revisionista durante décadas (Borrough y Stanford, 2021). Se han realizado enormes esfuerzos para crear una historia estadounidense que defienda la creación de una nación tan joven, construida en una tierra extraña. En Estados Unidos considero que los historiadores aficionados y los estudiosos independientes han tenido una fuerte influencia en la construcción de una narrativa populista como la que rodea al Álamo (Burrough, Tomlinson y Stanford, 2021). El revisionismo histórico tiene una fuerte presencia en el espectro político, utilizado para desacreditar ciertas historias.

METODOLOGÍA

La metodología que se va a llevar a cabo en este trabajo consiste en crear una relación de elementos puestos a la venta con diferentes valores y categorías con el objetivo de cuantificar la presencia de determinados elementos y comparar su volumen. Se pretende establecer una serie de tipologías para los diferentes elementos del *corpus*, tanto con respecto a su formato como con respecto a la naturaleza de su representación simbólica. Se parte de la premisa de que la producción cultural y económica de los sitios suponen un reflejo de su gestión, del perfil al que pretenden atraer como destino turístico y de la narrativa representada.

Para ello, en primer lugar, debido a las limitaciones obvias, el corpus seleccionado será la tienda oficial online de El Álamo. A pesar de lo irónico y contradictorio que me pueda parecer el hecho de que se vendan *souvenirs* por internet, considero que es una muestra amplia y variada de productos, de diferentes tipologías. Durante mis visitas al Álamo, sin embargo, recuerdo una selección mucho mayor de productos. Debido, de nuevo, a las dimensiones de este trabajo, el escoger exclusivamente los productos de la tienda online supone un cribado forzado, pero necesario, ya que de otra forma el análisis de la muestra se saldría de las posibilidades que otorga este trabajo. La tienda oficial de El Álamo (<https://store.thealamo.org/>) cuenta con 70 productos a la venta a día 12 de julio de 2021. Si una tienda online posee de contraparte física, es normal que no todos ellos estén disponibles en la versión digital, pues es necesario encontrar un balance entre ambas partes.

Estos 70 elementos del catálogo los pasaré a una base de datos creada por mí en la que iré rellenando, sobre cada producto, distintos atributos y etiquetas que posteriormente serán cuantificadas. Los datos obtenidos de esta cuantificación se representarán de forma gráfica y servirán para verificar o desmentir mi hipótesis y desarrollar mis conclusiones sobre la narrativa vertida sobre el sitio. Este análisis de simbología se va a llevar a cabo de forma abierta, introduciendo nuevas etiquetas a medida que vayan apareciendo, de forma unificada, siguiendo las ases de un muestreo teórico. De esta forma, se pueden obtener datos unificados sobre elementos completamente diferentes, aún estando sujetos a la subjetividad de la persona, en este caso yo, que realiza el análisis.

Para ello, utilizaré el software de Arcgis Survey, en el cual iré introduciendo datos de los diferentes objetos a analizar en un formulario creado por mí. En un primer momento, consideraré realizar una base de datos en Excel, pero el método de introducción de datos en Arcgis Survey es mucho más sencillo, claro y proporciona mejores formas de visualización de éstos, además de poder obtener informes claros y detallados sobre el carácter cualitativo de los datos. Una vez obtenidos estos datos, serán analizados para obtener información de carácter cualitativo sobre los diferentes objetos como colección, para entender qué los une y qué los separa, y como se pueden relacionar con el monumento al que representan.

Para ello, primero habrá que entender el concepto de colección, no como algo deliberado, sino casual. El corpus de objetos a analizar ha sido generado de forma humana como el stock de una tienda, pero no como una colección representativa de los valores de un monumento. Igualmente, y aunque me extenderé más sobre ello en el marco teórico, parto desde la idea de LauraJane Smith (Smith, 2006), quien defiende que, con respecto al patrimonio, ningún valor es inherente, sino que ha sido construido por la sociedad. A medida que se crea la base de datos, de igual manera que con el análisis de resultados, se intercala la información cualitativa con la cuantitativa.

MARCO TEÓRICO

En las próximas páginas voy a desarrollar el marco teórico de este trabajo, dividido en tres secciones de acuerdo a los principales ejes del TFM. En primer lugar, al consistir este trabajo en un análisis de cultura material, haré un repaso de los diferentes conceptos que esto implica para sentar las bases teóricas de este estudio. En segundo lugar, definiré las líneas teóricas del estudio de los valores del patrimonio y de su uso social, pues este es el contexto dentro del cual se enmarcan los objetos a estudiar. Por último, con miras hacia las conclusiones, estableceré una serie de líneas de investigación dentro de los usos del patrimonio, que serán brevemente mencionadas en el apartado “destino turístico”, pero que definirán diferentes conceptos en relación a la mercantilización del patrimonio y su uso comercial.

Cultura material

Teniendo en cuenta mi formación en arqueología, la porción analítica de este trabajo podría parecer un tanto extraña. Tradicionalmente, la arqueología se entiende como el estudio de los restos dejados por las civilizaciones de la antigüedad, sin embargo, esta es una concepción que debería de estar más que superada. La línea teórica que quiero defender yo, es, que, en primer lugar, la arqueología es la disciplina encargada de estudiar la cultura material del pasado para comprender procesos históricos, pero creo que esta concepción puede ampliarse hacia la cultura material del presente. En este trabajo pretendo analizar una producción cultural actual basada en otro objeto, este producido en un momento histórico diferente, con 300 años de diferencia.

En la modernidad tardía, este análisis se ha expandido y no comprende las limitaciones de tiempo. El análisis arqueológico se puede realizar con materialidad desde la contemporaneidad. Esta concepción se utiliza especialmente en los estudios del patrimonio cultural. Dado que el patrimonio es un fenómeno que ocurre en el presente, y en esto estaré insistiendo durante el conjunto de este TFM, los objetos que analizaré, siendo diferentes *souvenirs* vendidos en la tienda oficial de El Álamó no solo son relevantes por la información que nos brindan del pasado, sino de como es entendido este sitio en el presente. Deben ser entendidos por su papel en la sociedad actual.

Aún así, la disciplina del patrimonio ya tiene una gran trayectoria y seguirá desarrollándose (Holtorf, 2018). Los sitios arqueológicos en particular y los sitios patrimoniales en general están en continua transformación, por lo que también debemos tener en cuenta las diferentes visiones sobre el patrimonio y la materialidad del pasado. El patrimonio es un proceso de transformación que tendrá un impacto en el futuro, ya que los sitios patrimoniales también cambian.

Por estas razones, es por lo que quiero adoptar un enfoque de cultura material sobre la comprensión de la materialidad y sus diferentes discursos y narrativas, en este caso, de carácter nacionalista. Podemos entender la cultura material como un contenedor de significado y conocimiento (Brown, 2001), partiendo de la base de que ningún significado o conocimiento es inherente. Los objetos, como creaciones humanas (u observados por humanos), son contenedores de ideas, técnicas y creencias, por lo que pueden estudiarse mediante estudios de semiótica y cultura material. Se asume entonces que el pasado colonial del objeto sigue siendo relevante en la actualidad, independientemente de la forma en la que esto suceda. Los objetos son símbolos que tienen un significado a decodificar: en el caso de el Álamo, también pueden ser las marcas en la pared, los rasgos arquitectónicos, las restauraciones realizadas a través de la historia, las pinturas, la ausencia o presencia de revoques en las fachadas, y otros elementos estructurales o decorativos, además de la producción material en torno a él, que supone su interpretación a lo largo de la historia.

Nosotras como personas vivimos entre objetos, usamos objetos y somos dueñas de una serie de objetos que han llegado a nuestras manos intencional y no intencionalmente. Me gusta pensar en este stock de pertenencias y artefactos personales en nuestro entorno como una colección, ya que los *souvenirs* que suponen mi objeto de estudio se entienden tan bien como una (Hedstrom y King, 2002) y son activamente coleccionados por muchas personas, formando parte de colecciones personales, y al revés, construyendo una identidad, como un círculo. Las colecciones se pueden crear de forma no intencionada, respondiendo a la necesidad de apropiarse de la materialidad, o de forma intencionada, como en este caso, con el objetivo de dar sentido a un conjunto.

Creo que esta frase de Bill Brown resume perfectamente el estudio de la cultura material: “Cuanto más consciente se vuelve uno, más compleja se vuelve la relación con un objeto” (Brown, 2001), dando a entender que los objetos son parte de experiencias

personales y colectivas y participan en desarrollos sociales y personales. Pero este proceso no solo tiene lugar individualmente, sino también colectivamente, formando identidades en muchos niveles diferentes. En este caso, se ha de distinguir la relación con la colección del comprador, y la relación con la colección de la persona responsable de la tienda.

No analizamos objetos, analizamos nuestras descripciones de objetos, porque lo que vemos, sentimos, oímos, tocamos o saboreamos, el objeto, pasa por un filtro, nuestra mente, en base a nuestra personalidad, nuestra experiencia, nuestros gustos, nuestro trasfondo cultural... en el caso que estoy analizando aquí, resulta ser una respuesta a la realidad de diferentes identidades construidas a través del tiempo, que a su vez se ha vivido de muchas formas diferentes y ha trascendido a través de la memoria, la literatura o la documentación. Se puede analizar un objeto en tantas dimensiones, que podemos obtener una gran cantidad de información de él. La perspectiva cultural al mirar un objeto es algo a considerar, pues en base a mi perspectiva foránea, considero que no representa mi identidad nacional / regional / local de la misma manera que alguien que se siente apegado a él. Aumentar la conciencia de los sesgos de la propia perspectiva cultural ayuda a lograr la objetividad en nuestras investigaciones (Prown, 1982), ya que nunca podremos lograr la objetividad total, pero sin embargo podemos tener un punto de vista más crítico con nuestras propias opiniones, es decir, con nuestra propia perspectiva cultural. Objetos como los que voy a analizar en este trabajo deben entenderse como una "Continuidad del Ser" (Csikszentmihalyi, 1993). Representan identidades nacionales, teniendo diferentes significados para cada persona que pasa. Participar en los usos de un sitio como El Álamo puede parecer una elección personal, pero están extremadamente determinados por el discurso construido en torno a ellos, la edad, el nivel adquisitivo o el pasado del sitio y las ideologías que uno sigue. La autoconstrucción es, por tanto, intencional y no intencional.

Patrimonio y valores

Mi enfoque natural en la materialidad basado en mi educación previa podría confundirse con un enfoque tradicionalmente occidental. Soy consciente de que estoy sesgada por mi profesión, por lo que, en este proceso de deconstrucción, también introduciré el enfoque crítico del patrimonio (Harrison, 2018) con el fin de poner en

valor también la comprensión popular e institucional del pasado. La importancia de la materialidad en todas las instituciones y discursos del patrimonio proviene de la idea de patrimonio occidental o europea. Las diferentes instituciones internacionales encargadas de la denominación y conservación del patrimonio aún conservan una idea materialista del patrimonio (Smith, 2006). Se ha trabajado mucho y se han hecho gran cantidad de críticas internas para intentar paliar este problema, pero los sitios protegidos todavía tienden a favorecer cierto ideal. La Misión de San Antonio de Valero es un gran ejemplo de esto. A pesar de estar ubicado en un país, Estados Unidos, que se considera que pertenece a la región cultural occidental (según la UNESCO, por ejemplo) la dimensión Nativo-Americana de este patrimonio debería ser innegable. Aún así, el sitio es de creación europea, una inyección cultural occidental en un paisaje nativo americano. La ruptura colonialista parece ser el comienzo de la creación de la obra maestra, ya que el proceso cultural que la condujo fue iniciado por los españoles.

Si bien la dimensión tangible y material de El Álamo es innegable, no podemos interpretar lo tangible sin tener en cuenta lo intangible (Smith, 2006). Mientras que las Misiones de San Antonio son consideradas como un crisol de identidades, El Álamo es considerado como un mero campo de batalla, lugar de defensa de unos ideales políticos muy concretos. Sin embargo, si consideramos un enfoque más crítico, deberíamos considerar a los cinco sitios como algo más parecido más a una ensalada cultural (Kolb, 2009) de una manera que todas las diferentes identidades no se derritieron por completo, sino que dejaron a la identidad actual de San Antonio hoy.

El patrimonio es un proceso que da agencia a la cultura material. Los objetos, cuando se les da la etiqueta de patrimonio, se convierten en actores o actantes (Latour, 2005) en la configuración de las identidades nacionales. Por supuesto, objetos como El Álamo tienen un impacto o la capacidad de modificar la situación actual, al tener características sociales y dar forma a redes sociales. La forma en que se han creado las redes de divulgación del sitio o la selección de los *souvenirs* de venta en su tienda oficial ha sido profundamente planificada para ayudar a sostener un ideal específico. Esto no tiene que representar por completo todo el espectro de interacciones humanas con la materialidad de El Álamo.

En cuanto al tema de los valores culturales, he continuado siguiendo las teorías y planteamientos sobre evaluación de valores culturales del Getty Conservation Institute (de la Torre, 2002), ya que esas fueron las que seguí en la elaboración de la encuesta durante mi estancia en San Antonio.

Capitalización del patrimonio

No se trata solo de que los objetos de propiedad colectiva sean significativos en la forma en que son parte de una sociedad, sino al revés, porque la sociedad elige poseerlos como parte del proceso de creación de significado.

Los objetos utilizados para crear una identidad a menudo se pueden mercantilizar, si entendemos una mercancía como "un bien destinado al intercambio, independientemente de la forma de intercambio" (Appadurai, 1986). A menudo usamos objetos comercializados para crear parte de nuestra identidad y eso tiene mucho que ver con el capitalismo global. Estamos apegados a un ideal de nacionalidad a menudo mercantilizado por el capitalismo, ya que consumimos objetos comercializados para representarnos a nosotros mismos. Estos responden a una concepción estandarizada de la nacionalidad que adquirimos. Por ello, un buen ejemplo de ello es el merchandising que podemos encontrar en la tienda oficial de el Álamo. Los productos vendidos están etiquetados con banderas y estereotipos (Clemons, 2008), en relación con una concepción amplia del americanismo, la marca que se vende al exterior y a los nacionales para retroalimentar estas ideologías.

EL ÁLAMO: HISTORIA Y CONTEXTO

La historia de El Álamo se remonta al siglo XVIII y está íntimamente asociada a la del resto de misiones españolas, todas ellas establecidas durante el mismo proceso histórico. El Álamo, sin embargo, fue la primera de las 5 que fue fundada, y por ello se la relaciona como elemento fundacional de la ciudad de San Antonio.

El Álamo fue creado como parte de un complejo sistema de Misiones desarrollado por la Corona Española a lo largo de la Nueva España con el objetivo de evangelizar a los Pueblos Nativos Americanos de la zona y con ello garantizar el control de los territorios. La evangelización, incluso en la narrativa colonial española a día de hoy, juega un importante papel como justificación del proceso colonial español: la conversión al catolicismo previene que las almas de los infieles vayan al infierno (Gomez-Barris, 2017), garantizando la salvación de estos.

El Álamo, como ya digo, es una de estas docenas de misiones que en su momento fueron establecidas a lo largo del actual sur de Estados Unidos y Norte de México, así como en otras zonas de América Latina. Habiéndose convertido hoy en un *mega artefacto* (Bezerra, 2018), El Álamo marca el centro de la ciudad de San Antonio, y tiene un importante componente visual centrado en un único elemento: su iglesia. Esto no se debe únicamente a cuestiones de conservación del sitio ni al ordenamiento urbano, sino que está condicionado por la presencia de esta fachada a raíz de un evento posterior a la época colonial española. Este visual tiene una gran importancia dentro del paisaje urbano de la ciudad. Las características arquitectónicas del edificio se han convertido en un símbolo de la ciudad de San Antonio, pero la dimensión material va más allá de la superficie: El Álamo es inherentemente un sitio arqueológico. Los restos enterrados, de muy diversa índole, incluidos los implicados con el proceso colonial, siguen siendo objeto de conflicto (González-Ruibal, 2010). Estos restos no se imponen visualmente, por lo que pueden caer en el olvido.

El Álamo es, por su naturaleza, un objeto social (Appadurai, 1986). Está integrado en el tejido urbano de la ciudad y las habitantes de San Antonio desarrollan su vida en torno a él, al igual que los millones de turistas que frecuentan la ciudad cada año. A pesar de su dimensión arqueológica o patrimonial, sigue formando parte de la vida de muchas personas. Sería un tema de discusión si el Álamo y los restos de su complejo pueden considerarse ruinas y si crean así un paisaje *ruiniforme* que ha sido domesticado a través

del uso cotidiano (Bezerra, 2018): aquí es donde los usos del patrimonio podrían ser jugando un papel.

Contar la Historia de El Álamo, o mejor dicho, de la Misión San Antonio de Valero, en unas pocas páginas es una tarea complicada. Desde la búsqueda de fuentes, durante la cual se corre el riesgo de caer en literatura revisionista camuflada de académica, hasta las diferencias de calidad de las diferentes obras de divulgación. Esta historia está íntimamente conectada con la del resto de misiones de la ciudad. Cada edificio individual ha pasado por cambios de nombre, desplazamientos y abandono intermitente (Chipman y Joseph, 2010). Este no es el tema central de este Trabajo de Fin de Máster, pero sí que considero apropiado dar unas breves notas sobre el propio sitio con el objetivo de comprender mejor el verdadero contenido del trabajo.

La Misión San Antonio de Valero fue establecida como tal en el año 1718. El resto de misiones de su alrededor fueron establecidas en los siguientes años, un período de tiempo directamente conectado con la fundación de la ciudad de San Antonio por monjes Franciscanos españoles. Esto hace de San Antonio una de las ciudades más antiguas de Estados Unidos, anterior incluso a la declaración de Estados Unidos como nación. En 2020, San Antonio se convirtió en la sexta ciudad más grande del país en número de habitantes, con más de 1,6 millones, superando a Filadelfia. San Antonio es también la segunda ciudad más poblada de Texas, solo superada por Houston. Si contamos también su área metropolitana, la cifra asciende a más de 2 millones de habitantes en toda la zona. Teniendo esto en cuenta, se puede decir fácilmente que El Álamo y el resto de misiones deben entenderse como parte del tejido urbano y que no son elementos aislados, ya que la mayor parte de la infraestructura en torno a elementos como estos suele construirse en torno a ellas (Holtorf, 2012).

San Antonio se encuentra en el condado de Bexar (un topónimo español que actualmente se ha convertido en Béjar), llamado así por el presidio de San Antonio de Bexar (inicialmente conocido como San Fernando de Béjar) (Chipman y Joseph, 2010), un fuerte español que constituyó uno de los primeros edificios construidos en la zona por los colonos españoles. Al mismo tiempo, el nombre de San Antonio fue dado por los españoles en honor al sacerdote franciscano católico portugués San Antonio de Padua, el santo de las cosas perdidas, entre otros honores. Curiosamente, el que se considera el fundador de la ciudad es su homónimo Fray Antonio de Olivares, un misionero

franciscano que participó no solo en la fundación de la ciudad sino también en la exploración de la zona. El río que inunda la zona, también recibió el nombre de San Antonio de Padua: el río San Antonio. El presidio, la Misión de San Antonio de Valero y la acequia Madre de Valero fueron las primeras estructuras que supusieron la fundación posterior de la ciudad.

Teniendo en cuenta estos tres edificios, podemos definir ya las principales funciones que sostenía el complejo colonial de la Nueva España (Domínguez, 1989). El presidio significó la protección de la orden y el asentamiento militar: la zona colonizada necesitaba ser protegida y el territorio debía ser reclamado violentamente. El edificio de la Misión sirvió como lugar dedicado a la evangelización forzada y la aculturación (Harrison 2014). Las misiones eran complejos en sí mismos, que incluían instalaciones como una iglesia, diversas habitaciones para los franciscanos y otras tantas, separadas, para los nativos americanos integrados en el proceso de evangelización y espacios de producción y transformación. Fueron un lugar para realizar las actividades cotidianas de los primeros tiempos coloniales, y también estaban protegidos de posibles ataques. Por último, las acequias y acueductos no solo otorgaron el suministro de agua, sino que también definieron el paisaje del entorno de la Misión.

La población comenzó a crecer en torno a estas estructuras iniciales con la llegada de un grupo de personas provenientes de las Islas Canarias que se vieron obligados a establecerse como parte de un plan de la Corona española para poblar los territorios fronterizos (Domínguez, 1989). Las crónicas recogen la idea de que el proceso de colonización fue suave, y que pocos años después los nativos americanos actuarían como cualquier otro español, negando sus vivencias y sus raíces ya que la información de limita únicamente a la perspectiva española. Debido a la naturaleza política de las crónicas, a pesar de que se han utilizado como fuente primaria, son cualquier cosa menos fiable, aunque sigan siendo valiosas.

El resto de las misiones de San Antonio se fundarán durante las primeras décadas del siglo XVIII, a medida que se desarrolló la frontera y aumentaron los asentamientos. Las Misiones de San Antonio se convirtieron en parte de un complejo mucho mayor de fortificaciones, complejos de misiones y otras infraestructuras, a lo largo de la frontera de la Nueva España (Chipman y Joseph, 2010). En Texas, las misiones, entre ellas El Álamo, estuvieron interconectadas por el Camino Real de los Tejas, desde la Ciudad de

México hasta Natchitoches (Luisiana). La parte que se encuentra en lo que hoy en día es Estados Unidos es ahora un Sendero Histórico Nacional, pero el camino principal y sus ramales sirvieron como una herramienta para controlar el territorio y tuvieron un papel muy importante en la fundación de la ciudad de San Antonio. El complejo de Caminos Reales era aún más complejo, ya que otros dos senderos principales partían conectando la Ciudad de México directamente hacia la zona de Estados Unidos; el Camino Real de California, hasta San Francisco y el Camino Real de Tierra Adentro, hasta Santa Fe.

Pasó el tiempo, Nueva España dejó de existir, y en un lapso de 300 años, las Misiones de San Antonio y El Álamo han sido parte de un virreinato español, México, la República de Texas y Estados Unidos. Las Misiones se han mantenido en pie, mientras que la sociedad que las rodea ha cambiado de nacionalidad, etnia, ideología, ha aumentado su número y se ha enfrentado a la modernidad.

Un tipo de estructura se ha mantenido en pie a lo largo de los cinco complejos misionales, y este es el que ha dado carácter e identidad a los cuatro, pero de diferentes formas: las iglesias. Las iglesias se han convertido en el mega artefacto que las diferencia unas de otras, convirtiéndose en hitos. Esto es especialmente relevante en el caso de El Álamo, ya que permanece siendo la principal estructura reconocible, la más representada y la fachada símbolo del asedio.

El Álamo, si bien ha sido declarado como Patrimonio de la Humanidad conectando su Valor Excepcional Universal con la época colonial y su valor como momento de “intercambio cultural” (denominación con la que no estoy de acuerdo), a diferencia del resto de misiones que son parte de la declaración, tuvo un papel protagónico en la Guerra de Independencia de Texas. El Álamo fue el refugio de los beligerantes del ejército de Texas durante los 13 días durante los cuales fueron asediados por el ejército de la República Mexicana. La narrativa oficial y la memoria colectiva dictan que todos los beligerantes Texanos fallecieron durante el asedio, convirtiendo este evento en un mito basado en la violencia y la venganza. Los sucesos que se llevaron a cabo entre el 23 de febrero y el 6 de marzo de 1836 se enmarcan dentro de la Guerra de Independencia de Texas, desarrollada entre 1835 y 1836, que dio lugar a la breve República de Texas. El asedio del Álamo comenzó con la conversión de la antigua misión española en un fuerte improvisado.

Tras la batalla de El Álamo, y la posterior vitoria del ejército tejano que condujo a la reacción de un nuevo estado, la república de Texas, se necesitó de una narrativa nacionalista que sustentase los esfuerzos militares realizados y que garantizase la autorización del nuevo estado.

Ya durante el Siglo XIX, junto con la creación de la institución de base genealógica de las Hijas de la República de Texas (DRT por sus siglas en inglés), que fueron encomendadas como guardianas del Álamo, y el creciente desarrollo urbano en torno al sitio, El Álamo pasó a convertirse en un importante monumento (Campeanu, 2003). Esta narrativa, en parte, garantizó la conservación del sitio y su presencia en la cultura Texana y Estadounidense. En el siglo XX, se empezó a observar un importante desarrollo turístico del sitio, a su vez impulsado por la presencia de El Álamo en la cultura popular.

La popularidad de El Álamo avanzó de forma paralela a su protección. Para entender la situación jurídico-administrativa de este bien, tendríamos que profundizar de sobremanera en el sistema de protección de monumentos históricos de Estados Unidos, y eso daría para confeccionar incluso otro Trabajo de Fin de Máster. Pero en este caso, voy a intentar dar una serie de pinceladas superficiales. Con respecto al régimen jurídico, de acuerdo al Servicio de Parques Nacionales (NPS), El Álamo se encuentra, desde el año 1960, declarado como Hito Histórico Nacional (National Historical Landmark), por lo tanto, se encuentra reconocido por el gobierno. Esta declaración es más un reconocimiento que un régimen de protección, que se otorga con el fin de promover leyes de protección locales. Desde 1966 (mismo año de creación del programa) se encuentra inscrito en el registro Nacional de Sitios Históricos (U.S. National Register of Historic Places), declaración paralela a la anterior que además conlleva una serie de beneficios fiscales, pudiéndose comparar a los BIC españoles. Desde 1977, también es una propiedad que forma parte del Distrito Histórico de la Plaza del Álamo (U.S. History District), suponiendo la primera declaración no centrada en el mero monumento, sino en el entorno urbano que nos interesa a la hora de realizar este trabajo. También, desde 1983, es un Hito en las Antigüedades del Estado de Texas (Texas State Antiquities Landmark), la cual está condicionada por una anterior declaración en el Registro Nacional de Sitios Históricos. Esta declaración, si bien no prohíbe la modificación o destrucción del sitio, sí conlleva la solicitud de ello mediante un permiso. Por último,

tenemos la declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2015, como parte de un grupo compuesto por otras cuatro misiones y un sitio arqueológico. Este entramado de instituciones demuestra una gran complejidad de declaraciones, pero no deja demasiado claro el régimen jurídico de la protección del sitio. En el caso del Álamo, la gran tradición vertida sobre el y una enorme presencia en la cultura estadounidense contemporánea ha contribuido a que la sociedad civil sea uno de los principales agentes en su protección. El Álamo es propiedad del Estado de Texas y está gestionado por una organización sin ánimo de lucro, Alamo Trust Inc.

No existe una ley actual específica de protección del patrimonio en Estados Unidos, pero el acta Nacional de Preservación Histórica de 1966 sí que garantiza la integridad de los monumentos que estén salvaguardados por ella, entre los cuales se encuentra el Álamo. Este acta federal se complementaría con otras actas que podrían ser perfectamente aplicadas en el caso del Álamo, como puede ser el acta de 1974 de preservación histórica y arqueológica, el acta de 1979 de protección de recursos arqueológicos o el acta de 1990 de protección de enterramientos Nativo-americanos y repatriación. El estado de Texas tampoco tiene una ley específica de protección, pero el Álamo, con su influencia ha creado sus propios y exitosos planes de gestión, si bien su salvaguardia le fue arrebatada a las Hijas de la República de Texas en 2015, después de años de negligencias y mala gestión.

El uso del Álamo como recurso turístico es más que evidente. Es el monumento más visitado de Texas, si bien algunos años se disputa este honor con el *San Antonio River Walk*, al cual se encuentra directamente conectado. El acceso a éste es gratuito, pero cuenta con una enorme tienda de regalos oficial en su interior, además de las múltiples tiendas de *souvenirs* no oficiales en su entorno. En su página web (www.thealamo.org), una de sus tres pestañas principales es “*visit*”, donde se puede encontrar una gran cantidad de información sobre tours, experiencias personalizadas o ceremonias. Junto con “*remember*”, en relación al archiconocido grito de guerra “*Remember the Alamo!*” y a la memoria histórica y colectiva relacionada con el sitio, y “*Save*” en relación a su preservación, son las tres dimensiones más importantes de éste. De hecho, están estrictamente relacionadas, ya que el patriotismo en torno al cual se desarrolla el discurso del sitio es quizás el principal motor a la hora de atraer turistas.

Igualmente, San Antonio es una ciudad turística, y aunque cuenta con multitud de atracciones, el *must see* es El Álamo, en torno a lo cual se ha creado una enorme red de recursos turísticos. Según *Visit San Antonio*¹, la empresa pública encargada de gestionar los flujos y la promoción turística, en el año 2017 el turismo supuso más de 15000 millones de dólares en ingresos en toda la ciudad, que acogió a 37 millones de visitantes. Este influjo, tanto en número de turistas como en beneficios, ha tenido una tendencia ascendente hasta el año 2019. San Antonio no solo recibe una gran cantidad de turismo cultural, gastronómico o familiar: también es un importante centro de congresos a nivel internacional.

Esta tendencia se está viendo de manera positiva, pues se percibe como una industria que no hace más que generar empleo, además de aportar ingresos directamente a la ciudad. Las instituciones públicas están ampliamente involucradas en la creación de políticas para atraer perfiles más variados de turistas. Entre las iniciativas más destacadas, la creación de acuerdos con comercios y empresas locales dedicadas al turismo o la creación de una red de autobuses turísticos conectando los puntos más visitables de la ciudad (entre ellos las cinco misiones españolas). Esta red de transporte, cuenta además con autobuses “históricos”, o más bien de evocación histórica, para dotar de una experiencia única al transporte público². El ya mencionado Plan General de El Álamo supondrá una reordenación total de la plaza de El Álamo y de sus elementos más significativos, con una doble vertiente turística y cultural. En relación a este plan, se organizan reuniones periódicas³ a las que se invitan una serie de agentes implicados (empresarios, propietarios, sociedad civil, agentes gubernamentales...) para discutir diferentes avances. Estas reuniones cuentan con seguridad privada debido a incidentes ocurridos en el pasado en relación a la retirada de un monumento confederacionista. De todas formas, el entramado de agentes públicos y privados en la gestión de los sitios y de los visitantes, es extremadamente complicado, lo cual tiene su parte positiva. Se entiende el turismo de forma interdisciplinar e inclusiva. El resultado de todo esto es la marca *Visit San Antonio*, que ofrece una imagen placentera y relajada de la ciudad, proponiendo actividades y alojamientos, además de información corporativa. Esta

¹ <https://www.visitsanantonio.com/tourism/>

² <https://www.nps.gov/saan/planyourvisit/public-transportation.htm>

³ <https://meetings.visitsanantonio.com/whats-new/>

marca contrasta con la marca *The Alamo*, la marca del destino central a estudiar en este trabajo, que emplea una actitud y colores mucho más agresivos.

Cultura Pop

La presencia cultural de El Álamo se ha estirado a lo largo de todo el siglo XX, tanto de forma directa mediante su representación en medios de comunicación, como indirecta reproduciendo el mito y los estereotipos, principalmente del conflicto. La narrativa que justificaba el derecho de los anglo-inmigrantes sobre Texas (Hämäläinen, 2008) sobre las personas nativo americanas y la república mexicana (que no dejó de ser una república europeizada) se vio reforzada con la representación el conflicto en el cine, la conversión del grito *Remember the Alamo!* (Recordad el Álamo) en espacios públicos y producciones artísticas.

Los ejemplos más destacados de representación de la Batalla de El Álamo (pues las representaciones del Álamo durante el periodo colonial son más bien reducidas) son la película de 1960 *El Álamo*, que fue tanto protagonizada como dirigida por el icónico John Wayne, icono del heroísmo y la masculinidad. En pleno auge del cine Western y de la guerra de Vietnam, ambos fenómenos, según defiende la autora Camila Fojas (Fojas, 2008) se utilizó el cine para defender un nacionalismo con peligro de decaer. El cine heroico, y más allá, la representación incluso de derrotas de Estados Unidos en sus fronteras o fuera de ellas, es una estrategia utilizada por Hollywood para asentar narrativas y mitos nacionalistas, representando mártires bajo la confianza del “método Americano”. En otros Westerns clásicos, como puede ser en *Río Bravo* (1958), las alusiones a la masacre de El Álamo son frecuentes. La presencia en la memoria de los estadounidenses de los sucesos acontecidos en 1836 engulle el resto de la historia del sitio y reduce su significado social a un solo evento. Esto está muy bien reflejado en el repetido grito de guerra *Remember the Alamo!* (¡Recordad el Álamo! en castellano), que incluso he utilizado para el título de este trabajo. El proceso de *memorialización* del evento/proceso histórico se vuelve evidente, y su uso en el cine y la música *mainstream* lo refleja, al margen de la reproducción de productos de carácter turístico, los cuales son el foco de este trabajo.

En la música El álamo ha tenido un importante protagonismo. Especialmente conocida es la canción *Remember the Alamo*, siendo la interpretada por Johnny Cash en 1972 la

que quizás ha pasado más a la posterioridad, pero resulta ser una versión de la original (si bien también podemos destacar la versión de Donovan Leigh de 1972) de Tex Ritter, del año 1955, representada en el año 1956 en la película *Freedom Highway*. En esta película, se visualiza El Álamo en la actualidad, dejando claro su condición de *souvenir*, de recuerdo de un evento histórico traumático, un evento recordado mediante sangre y violencia.

Tres son los personajes mencionados en la letra de la canción: James Bowie, William Travis y David Crockett, los tres fallecidos durante la batalla y que han pasado a la posterioridad como héroes del Estado de Texas y mártires de la causa americana. En cuanto al enemigo, no es mencionado, evitando conflictos actuales y pudiendo hacer que así se pueda trasladar el mito a otros eventos. La canción de Johnny Cash, cabe destacar, coincide de pleno con el fin de la guerra de Vietnam.

De los tres grandes mártires de la batalla de El Álamo, quizás el más transcendental haya terminado siendo David Crockett, quien incluso llegó a protagonizar una miniserie de Disney channel, se ha convertido eternamente en un personaje asociado a las aventuras, la exploración y el oeste americano. Relacionado con Disney, está también la archiconocida “Balada de Davy Crockett”, creada para la serie *Disneyland*, y posteriormente para la ya mencionada serie *Davy Crockett*. Su imagen, con cada representación, ha sido desdibujada hasta la parodia, siendo buen ejemplo de ello el personaje de *Los Simpsons*, Jebediah Springfield (Texas General Land Office, 2015). Este personaje es un personaje histórico ficticio, siendo el fundador de la ciudad de Springfield, donde se desarrolla la serie. La mitología, los monumentos, la estética e incluso lo controvertido de su figura, suponen una referencia clara hacia David Crockett, que al igual que su caricatura, con el paso de la historia se ha ido deconstruyendo el mito, convirtiéndose en una figura incómoda debido a su estatus como propietario de esclavos, más que en un héroe.

Pero dentro de la música y la cultura popular existen otras formas de defender el mito. Quiero comentar aquí el curioso caso de Phil Collins. Collins, músico británico conocido mundialmente, se convirtió en un aficionado de la parafernalia y la historia de El Álamo desde pequeño, convirtiéndose posteriormente en uno de los mayores coleccionistas a nivel mundial de artefactos relacionados con el sitio (Wright, 2019). En el año 2014, donó su colección con el objetivo de ser expuesta públicamente. De esta forma, además

de tener instituciones autorizadoras de discursos y narrativas, nos encontramos con celebridades cuyo poder de influencia también las autoriza.

Patrimonio Mundial: Las otras misiones

Otra importante dimensión de El Álamo como monumento es su pertenencia a una declaración conjunta de bienes Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO desde el año 2015. Las Misiones de San Antonio es un conjunto de 5 misiones coloniales españolas situadas a lo largo del río San Antonio, además del sitio arqueológico del Rancho de las Cabras, asociado a una de ellas. Las misiones en cuestión, además de San Antonio de Valero (El Álamo), situada en el centro de la ciudad de San Antonio, son las siguientes; moviéndonos a una zona de carácter suburbano, tenemos tanto a la Misión Concepción como a Misión San José (Domínguez, 1989); hacia el sur, a lo largo del cauce del río San Antonio, nos encontramos con las últimas dos misiones, Misión San Juan y Misión Espada. Por último, más al sur, tenemos el sitio arqueológico de Rancho de las Cabras. Si bien el Rancho de Las Cabras se encuentra igualmente declarado Patrimonio Mundial como parte de la propiedad, ha pasado completamente desapercibido en los documentos. El Rancho de las cabras, no es una misión, sino un rancho asociado a la misión San Juan Capistrano. No se conserva ninguna estructura que tenga un impacto visual en el paisaje, no está ni musealizado ni puede ser visitado. Ha supuesto una importante fuente de estudio arqueológico, sin embargo, al no poder convertirse en objeto de consumo y visita, ha quedado condenado al olvido. Ya fue cuestión de debate su inclusión. Si está declarado como parte de una propiedad en serie, no solo contribuye al Valor Excepcional Universal del Conjunto, sino que el resto de elementos carecen de este si no es tenido en cuenta. El Rancho de Las Cabras justifica la inclusión en la lista de las Misiones de San Antonio: es decir, se necesitaba dotarles de una dimensión arqueológica evidente para que tuviesen cabida en la lista de Patrimonio de la Humanidad. Sin embargo, el hecho de que haya sido escogido únicamente el Rancho de las Cabras y no el sistema de acequias u otros sitios objeto de ser estudiados mediante metodología arqueológica, hace pensar que la narrativa está limitada a la secularización, mas que a las formas de vida tradicionales.

Hecha esta aclaración, quiero volver al protagonista de esta declaración como Patrimonio de la Humanidad, el criterio (ii) para poder entender mejor las razones de la inscripción. El criterio (ii) reza lo siguiente:

“atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes.”

En el informe del ICOMOS realizado previamente a la inscripción, revisando la propuesta inicial, revela que las Misiones San Antonio también estaban destinadas a inscribirse bajo el criterio (iii) y (iv), pero la falta de justificación dejó la propiedad inscrita bajo uno solo. Si bien un sitio del Patrimonio Mundial que está inscrito bajo un solo criterio no es menos valioso ni menos que un Sitio del Patrimonio, creo que es extremadamente importante considerar también los documentos de inscripción piloto, la revisión de ICOMOS y el producto final para comprender el proceso de autorización del discurso del sitio.

Volviendo al criterio (ii), que fue aceptado fácilmente por ICOMOS, este es el que valida toda la propiedad para ser aceptada en el club de propiedades seleccionado que es la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. La justificación del Criterio (ii) es, entonces, la siguiente:

“Las Misiones de San Antonio son un ejemplo del entrelazamiento de las culturas de los españoles y los coahuiltecos y otros pueblos indígenas, ilustrado en una variedad de elementos, incluida la integración de los asentamientos indígenas hacia la plaza central, los elementos decorativos de las iglesias. que combinan símbolos católicos con diseños naturales indígenas, y la evidencia posterior a la secularización que permanece en varias de las misiones e ilustra la lealtad a los valores compartidos más allá del dominio misionero. Los restos sustanciales de los sistemas de distribución de agua son una expresión más de este intercambio entre pueblos indígenas, misioneros y colonizadores que contribuyó a un cambio fundamental y permanente en las culturas y valores de los involucrados”.

En este breve comunicado tenemos a los principales grupos identitarios representados: los españoles y los coahuiltecos (Barr, 2017), por así decirlo, los nativos americanos y los colonizadores. El contacto entre ambas culturas se define como un “entretejido”: este término muy neutral deja de lado las implicaciones que tiene un encuentro colonial: la aculturación forzada, el cambio radical en el paisaje, la intrusión de nuevas dinámicas sociales (Barr, 2004). Esto es una negación de todo el proceso cultural en sí. Si bien hubo un entretejido, la falta de matices de esta afirmación convierte este proceso cultural en inocente. Cualquier contacto cultural da como resultado algún tipo de entretejido, por lo que el uso de este término vacía la oración. El resultado del entrelazado cultural está ejemplificado por la materialidad preservada. En las siguientes líneas se dan más explicaciones sobre el proceso colonial, estableciendo las posiciones del dominador y del dominado. Se dejan aparte las partes difíciles de la historia, pues al considerar este proceso como un “intercambio”, los matices, vuelven a caer en el olvido. La herencia difícil suele ser obvia (MacDonald, 2016), pero la forma en que se construye este discurso me hace pensar que en el caso de las Misiones de San Antonio y de El Álamo, podría no serlo. Reconocer un patrimonio difícil rompe la continuidad del sitio y deslegitima la identidad de los pueblos latinos e indígenas. Esta no es solo una de las muchas dimensiones del sitio, sino una muy importante que debe abordarse de manera sensata. Las estructuras de poder creadas en aquellos tiempos y los usos que inicialmente tuvieron las misiones siguen teniendo un fuerte impacto en la sociedad actual y la continuidad tanto de la materialidad como de la sociedad (García-Esparza, 2017). El pasado es problemático, por lo tanto, si no se aborda adecuadamente, el presente lo será también. Podemos ver evidencias de esto en el actual movimiento Black Lives Matter, donde muchas cuestiones no abordadas están saliendo a la luz en el espectro político. La comunidad nativa americana ha estado reclamando durante décadas un tratamiento adecuado del pasado colonial (Panich, 2020). Si no se ve a nivel internacional, si no es abordado por las más altas instituciones autorizadas (Smith, 2006), entonces el problema puede caer en el olvido. El trauma del pasado no se puede cambiar, pero el primer paso para solucionarlo es reconocerlo en el presente. Los traumas se heredan social y colectivamente, y son parte de la sociedad y las identidades actuales, y algunos lugares pueden actuar como un lugar catártico, cristalizando

identidades y significados (Tumarkin, 2019). El reconocimiento en el presente puede ser el primer paso para arreglar el trauma del pasado.

Por tanto, queda en evidencia la falta de referencias a periodos posteriores a la época colonial y al uso del sitio como mito heroico. Los usos del presente no se colocan en la discusión ni sobre su valor, cuestionando por una parte el valor de la narrativa, y por otro, el del proceso. Al igual que el período colonial, la guerra de independencia de Texas cuenta una historia difícil y llena de conflictos, cada vez más deconstruidos en la actualidad. Al estar mucho más presente en la sociedad actual, es más complicado deconstruir una narrativa que, además, tiene una gran presencia en la corriente revisionista.

DESTINO TURÍSTICO

Las Misiones de San Antonio han perdido su sentido inicial de existencia. Definitivamente no son un asentamiento fortificado con el objetivo de evangelizar a los nativos americanos. Esta frase extremadamente cínica resume los apartados antes mencionados, ya que se trata de desarrollar sobre los usos contemporáneos de las Misiones de San Antonio. Insisto una vez más en que a pesar de ser una inscripción múltiple en la Lista del Patrimonio Mundial, tienen una dimensión fuera de ella y cada una tiene una idiosincrasia particular. De una forma u otra, se integran en la ciudad o en la periferia, por lo que se entienden como una estructura integrada en el tejido urbano. Un uso del patrimonio compartido por todas las misiones es el turístico, al menos hasta hechos recientes. Las Misiones de San Antonio se han capitalizado y se han convertido en una atracción para los turistas durante décadas, siendo el Álamo el lugar más visitado de Texas durante muchos años, generalmente alternando la cima del rango con el San Antonio River Walk. Podemos admitir fácilmente que ambos lugares están esencialmente conectados, y si un turista visita El Álamo, es muy probable que visite San Antonio River Walk y al revés. El Álamo está directamente en la cima del San Antonio River Walk.

Un fenómeno curioso que me llamó la atención desde el primer momento en que visité El Álamo es cómo este sitio actúa como un imán para atracciones turísticas secundarias de un carácter ciertamente cuestionable. La Álamo Plaza y el San Antonio River Walk

están llenos de franquicias de restauración, con apenas unos pocos comercios locales a la vista. El Museo *Guinness World Records*, la casa encantada *Ripley's Haunted Adventure* y el juego de aventuras *Tomb Rider 3D* se encuentran justo enfrente de la entrada de la iglesia de El Álamo y pertenecen a la misma compañía de entretenimiento. La conexión de estas 3 atracciones con El Álamo y su dimensión patrimonial es, diría, bastante cuestionable, pero pueden estar dirigidas a un visitante similar al Álamo. Este mismo bloque también está repleto de tiendas de *souvenirs*, incluida una especializada en objetos que cambian de color bajo la luz del sol.

En el bloque siguiente, *Ripley's* ocupa otros dos establecimientos más, el *Museo Ripley's Believe it or not* (incluye un teatro 4D) y el Museo *Plaza Wax* / Museo *Louis Tussaud*. Una vez más, no hay conexión con el sitio y un valor de patrimonio cultural cuestionable. Estos establecimientos de *Ripley's* son la materialización de la centenaria franquicia *Ripley's Believe it or not*, convertida en una mercancía aprovechando el Álamo como señuelo turístico y contribuyendo al constante cambio de significado (Gosden y Marshal, 1999). Estos son los aspectos más destacados, pero hay muchas otras atracciones y tiendas en el área, incluido un centro comercial completo, el San Antonio Rivercenter. Dentro del centro comercial, la antigua atracción *Battle For Texas: The Experience* solía ser la única oferta de entretenimiento directamente relacionada con El Álamo y su herencia histórica, aún únicamente centrada en el asedio de 1836. Esta atracción parece estar cerrada de forma permanente y actual.



Fig. 1 Esquema del entorno

En la figura 1, he creado una esquematización que resume el contexto de El Álamo de forma sencilla. La Álamo Plaza es un lugar frenético lleno de turistas y lugareños trabajadores, donde las relaciones públicas y guías turísticos se mezclan con los visitantes asombrados y el polémico monumento confederado (Webner, 2021). Si bien la visita a El Álamo es totalmente gratuita, se ha construido toda una estructura capitalista a su alrededor. Solo una pequeña tienda oficial de regalos parece estar estrictamente relacionada con el sitio, junto con un pequeño camión que sirve como punto de bienvenida. La tienda de regalos de El Álamo situada dentro del recinto es enorme y genera unos ingresos que proporcionan al sitio un enorme flujo de dinero que garantiza la preservación del sitio. La tienda de regalos incluso tiene una tienda online, como ya se ha mencionado anteriormente: entre los objetos destacados tenemos libros biográficos, muñecos de hilo de Davy Crockett, gorras de piel de mapache y banderas americanas. No se va a discutir en este trabajo cuál es el sentido de una tienda de *souvenirs* en línea: entre los objetos disponibles también tenemos elementos de decoración y textiles del hogar que no están necesariamente conectados con el sitio, sino con la capitalización de una ideología (Koziol, 2008). La reseñable colección de libros disponible se centra principalmente en la Batalla del Álamo y las armas, y los gritos de guerra "Recordad El Álamo" y "¡Vengan a buscarlo!" están presentes en una amplia gama de formatos.

OBJETO DE ESTUDIO: *SOUVENIRS*

Etimológicamente, la palabra *Souvenir*, ampliamente adoptada por el idioma español y el inglés, proviene del francés, significando “recuerdo”. A su vez, proviene del latín, *sub-* (bajo) y *venire* (venir) (Gonzalo Velasco, 2019), aludiendo a la venida con ayuda de la memoria. Se conocen como tal a los objetos que se traen de un viaje con la intención de recordarlo, estableciendo así un vínculo entre la materialidad y el pasado, en este caso, un recuerdo. En el caso de El Álamo, esta conexión va más allá aún, creando la conexión con un evento pasado que los visitantes no han vivido, los cuales ni siquiera han de haber visitado necesariamente El Álamo: estos *souvenirs* se venden online.

Igualmente, los *souvenirs* no dejan de ser una apropiación de la materialidad, de hacer personal el patrimonio. La materialidad es parte de quienes somos. Nos construimos en el proceso de rodearnos de objetos y los hacemos parte de nosotros. Un objeto no es solo el tejido material con el que está construido, los objetos, como ya se ha constatado anteriormente, son contenedores de ideas. Desde el objeto más inocente, como un bolígrafo, hasta el más representativo, como una bandera. Los *souvenirs*, y el propio acto e intencionalidad de coleccionarlos o adquirirlos, actúan como tal.

Los objetos que son móviles se pueden transportar, traspasando fronteras, acompañando a los movimientos de carácter turístico, pasando a formar parte del espacio doméstico. Los objetos acompañan a las personas durante toda su vida, de forma intencionada o no.

Al analizar los diferentes tipos de objetos, los diferentes significados que se depositan en ellos y las motivaciones de los propietarios para adquirirlos y llevarlos a sus casas, defenderé la tesis de que los objetos móviles ayudan a crear un sentido de pertenencia en el hogar, dentro del espacio personal, en relación a la construcción de un ideal nacionalista. Los *souvenirs* suponen una reducción al extremo de la significación de un lugar, en este caso El Álamo, en el tiempo y el espacio. Por lo tanto, este trabajo se va a centrar en la cuantificación de los elementos representados con su posterior análisis.

Es fácil apreciar la uniformidad existente entre los diferentes conjuntos de *souvenirs*. Se comercializan sitios determinados, personajes determinados, con el objetivo de globalizar identidades.

Nacionalismo como producto

Dentro de este mismo tema, se puede derivar la existencia de los *souvenirs* no únicamente hacia la creación de un producto que simplifica los valores del sitio, sino que se utiliza estrictamente con el fin de ser comercializado. La creación de discursos de evidente carácter nacionalista, como es en el caso del Álamo, se canaliza hacia una producción material que crea un beneficio económico. En muchos casos, como es el de este caso de estudio, supone una parte sustancial de los ingresos del sitio e incluso puede llegar a permitir que este sea de libre acceso.

En discusión posterior al análisis, se valorará la capitalización de este patrimonio dentro del marco del patrimonio y su ideología (Koziol, 2008). El Álamo, con la enorme presencia comercial dentro y en torno al sitio, demuestra una alta orientación hacia la mercantilización, de forma exclusionista al comercializar tan solo un determinado tipo de productos: aquellos evocadores de la identidad nacional estadounidense/texana. Domina una sola interpretación del pasado, ¿probablemente porque sea la más rentable económicamente?

El resto de misiones de San Antonio, lo cual se refleja también en su tienda de regalos, toma una orientación más centrada en la identidad, ya sea populista o esencialista. Sin embargo, ni el discurso y la mercantilización puede ser enteramente orientada hacia el público, ni sus identidades nacionales.

ANÁLISIS

El análisis ha consistido en la estandarización de una serie de símbolos representados en los diferentes *souvenirs* a la venta en la tienda oficial *on-line* del sitio, store.the-alamo.org. A fecha de 5 de septiembre de 2021, la tienda oficial de *souvenirs* de El Álamo contaba con 70 artículos a la venta, divididos en diferentes secciones.

Para la toma de datos decidí usar un formato de tipo encuesta, lo que facilitó su entrada y su estandarización. Opté por crear una encuesta base, pero dando pie a un método mixto, es decir, modificando una encuesta ya creada a medida que se introducían los datos, para poder facilitar así su estandarización. No he recurrido al cálculo de muestras significativas debido a lo reducido de la colección: la tienda física de El Álamo cuenta con mucha mayor variedad de artículos, pero la reducción ajena que se ha creado en la tienda *online*, presuponiendo que se ha hecho en base a unos criterios de representatividad, ya genera una muestra relativamente representativa, especialmente teniendo en cuenta las limitaciones actuales con respecto a la movilidad.

A la hora de tomar los datos, tomé dos símbolos como referente, los que observé que eran más abundantes: la fachada de El Álamo y las diferentes banderas, predominantemente la de Texas y la de Estados Unidos. El objetivo era poner en relación la comercialización de estos elementos de forma combinada, y cómo se producía la asociación de la simbología nacionalista a El Álamo a través de su *merchandising*.

En sí, la realización de la encuesta ya supone un paso previo al análisis, al estar condicionada por éste. Previamente a la encuesta, se realiza un ejercicio de observación que proporciona una visión general de los elementos que se van a analizar. Debido a lo visual de la colección, en este caso he querido partir de elementos visuales más evidentes, para después ponerlos en relación con otros atributos, visuales o no, de carácter secundario.

La encuesta

Cada entrada que ha sido creada corresponde a cada uno de los elementos de la colección de *souvenirs* de la tienda *online*. Las primeras preguntas están centradas en la identificación del objeto en sí.

Recordando El Álamo

Número del ítem

Nombre del ítem

Descripción

1000

Imágen

Seleccionar el archivo image

Precio (USD)

Fig. 2 Encabezado de la encuesta

Como podemos ver en la figura 2, en primer lugar, cada objeto ha sido enumerado (el orden de introducción de los datos ha sido aleatorio), se le ha dado un nombre (el nombre proporcionado en la web oficial) y se ha añadido una breve descripción del objeto. En el caso de los libros, una breve reseña de la sinopsis. Después, se adjunta una imagen del elemento en sí, también disponible en la web. En caso de haber varias imágenes disponibles, escogí la que mostrase mejor los atributos principales.

A continuación, se escoge la tipología (figura 3) del producto entre una lista de opciones preestablecidas: bandera, imán, camiseta, gorra/o, otro textil, medalla/pin, decoración, libro, postal, póster (esta categoría quedó vacía), juguete, accesorio, arma blanca y otros. La categoría de arma balance fue creada a posteriori al observar que algunas de las armas que yo creía reproducciones de juguete, eran reproducciones en acero.

La identificación de los diferentes elementos comienza con la selección de los elementos principales, que en un primer lugar fueron dos: El Álamo y las banderas. Entre las

opciones, se expandieron a bandera, por ser una bandera de por sí, o por representar una bandera sin ser una bandera. Igualmente, sucedió el caso en el que en un *souvenir* se representaba en combinación El Álamo con la bandera, por lo que añadí esa categoría. Igualmente, otro elemento recurrente han sido el texto y los eslóganes, mayormente en relación con otros elementos, pero en algunos casos aislados.

Tipología

<input type="radio"/>	Bandera
<input type="radio"/>	Imán
<input type="radio"/>	Camiseta
<input type="radio"/>	Gorra/o
<input type="radio"/>	Otro textil
<input type="radio"/>	Medalla/pin
<input type="radio"/>	Decoración
<input type="radio"/>	Libro
<input type="radio"/>	Postal
<input type="radio"/>	Póster
<input type="radio"/>	Juguete
<input type="radio"/>	Accesorio
<input type="radio"/>	Arma blanca
<input type="radio"/>	Otro

Fig. 3 Sección tipología

En el caso de seleccionar alguna de las respuestas relacionadas con banderas, se redirige directamente a la pregunta “¿qué bandera?”, cuyas opciones son las banderas de Estados Unidos, del Estado de Texas, las Seis Banderas sobre Texas (en conjunto) o las de Estados Unidos y Texas combinadas. Excluyendo el caso de las Seis Banderas sobre Texas, el resto se refiere a las banderas actuales. Se da la opción de marcar “otro”. En el

caso de escoger El Álamo, igualmente se redirige a otra pregunta que amplía esta información. Se parte de la base, basada en las observaciones previas, que predomina la representación únicamente de la fachada. Sin embargo, las otras opciones que se barajan son las de la representación del contexto urbano (plaza, centro histórico y río San Antonio) y la de otros elementos de la misión, entre lo que se considera cualquier resto o estructura al margen de la fachada, existente en la actualidad o no.

En la colección de *souvenirs* se repiten ciertos eslóganes o gritos de guerra, que por alguna razón u otra, han terminado trascendiendo. En la pregunta 10, se recoge el texto de os diferentes elementos (excluidos títulos de libros o reclamos), sin ser estandarizados, con el objetivo de crear una nube de palabras que veremos a continuación.

La última pregunta (figura 4) es realmente una selección de atributos en forma de palabras clave a asociar a los diferentes objetos. La asociación de estos atributos con los elementos principales será realmente el sentido de este análisis. Entre estos atributos, se han incluido adjetivos relacionados con aspectos físicos, alusiones a diferentes temáticas, menciones de personajes relevantes, e incluso, se ha dado la opción de diferentes elementos los cuales no se esperaba su aparición, para resaltar su carencia o escasez. En el caso de los libros, ha sido un reto decidir si limitar la selección de atributos a la portada o al contenido, siendo al final la segunda opción, basándome en las reseñas de éstos.

Atributos

<input type="checkbox"/> Bélico
<input type="checkbox"/> Decorativo
<input type="checkbox"/> Patriótico
<input type="checkbox"/> Práctico
<input type="checkbox"/> Regional Texano
<input type="checkbox"/> Davy Crockett
<input type="checkbox"/> Travis
<input type="checkbox"/> James Bowie
<input type="checkbox"/> El Álamo
<input type="checkbox"/> Latinx
<input type="checkbox"/> Educativo
<input type="checkbox"/> Bandera (secundario)
<input type="checkbox"/> Año 1836
<input type="checkbox"/> Año 1773
<input type="checkbox"/> Elementos de banderas
<input type="checkbox"/> San Antonio
<input type="checkbox"/> Vaqueros
<input type="checkbox"/> Pueblos Indígenas
<input type="checkbox"/> Flora y fauna
<input type="checkbox"/> Otro

Fig. 4 Atributos

Resultados

1 y 2: Número y nombre del ítem

Si bien con respecto al número de cada uno de los objetos no creo que sea reseñable hacer una mención, sí que lo voy a hacer con respecto a los resultados de la segunda pregunta. En esta nube de palabras (Fig. 5) podemos ver que la palabra Álamo es, sin duda, la más repetida

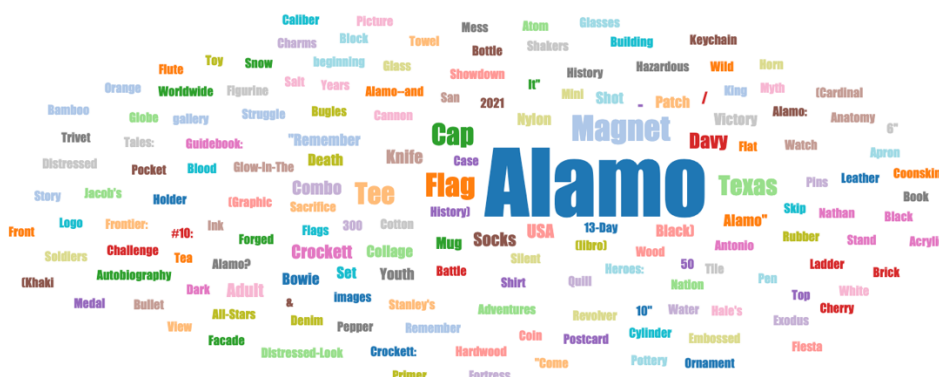


Fig. 5 Nube de palabras, pregunta 2

Esto puede parecer obvio, sin embargo, se aprecia que los *souvenirs* que encontramos en la tienda están en su mayoría directamente relacionados con el sitio.

3 y 4: descripción y foto.

Ambas categorías me han servido principalmente a mi para mejorar la base de datos, para que en el caso de consultas *a posteriori*, se mantenga la mayor cantidad de información posible. El catálogo no es estático y pueden desaparecer algunos de los productos.

6: Tipología.

En esta pregunta, la categoría de póster, al no existir registros, ha sido eliminada. Como podemos ver en la siguiente gráfica (Fig. 6), predominan los registros de libros y de elementos decorativos. Elementos como los imanes, si bien podrían haber entrado dentro de “decorativos”, suponían un número lo suficientemente grande como para ser considerados a parte.

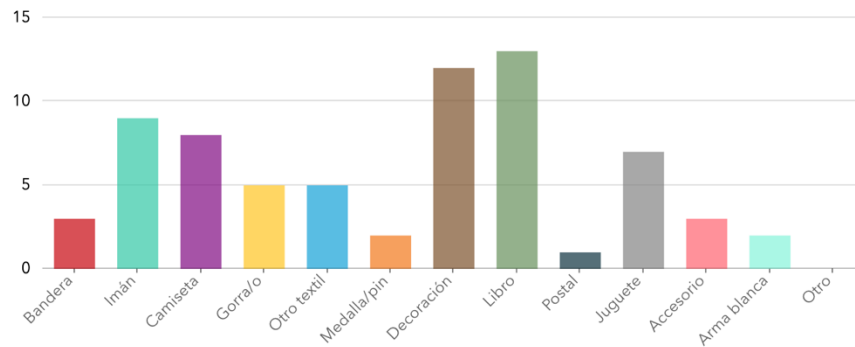


Fig. 6. Tipología

Esta gran variedad hace que los diferentes elementos de corte patriótico que podemos ver en la tienda puedan ser incluidos en diferentes aspectos de la cotidianeidad: desde el ocio y el aprendizaje, promoviendo un patriotismo intelectual, hasta en la forma de vestir y en el espacio doméstico (libros e imanes). Es destacable también la gran cantidad de juguetes que podemos encontrar en la tienda, tema que será objeto de discusión posteriormente.

7: Elemento principal

En la siguiente pregunta (Fig. 7), entramos de lleno en la utilización de símbolos. Si bien las respuestas se dividían a la hora de ser una bandera o el Álamo, con respecto a las banderas decidí dividirlo en varias opciones para conseguir una mayor precisión.

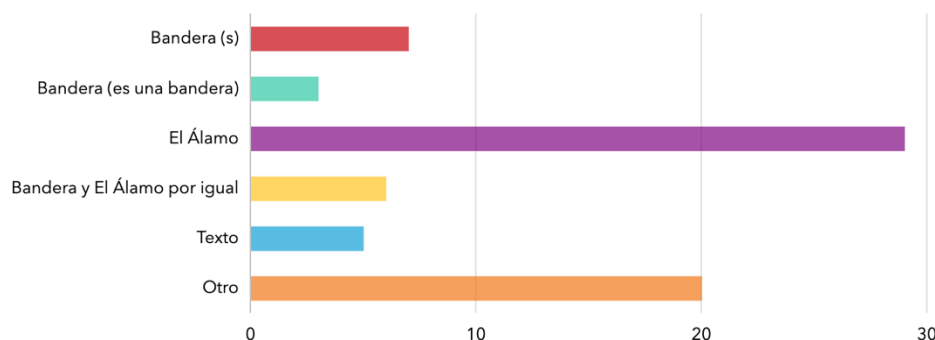


Fig. 7. Elemento Principal

De los 70 registros, 35 tenían como elemento principal El Álamo, y de ellos, 6 compartían el protagonismo con una bandera. 10 tenían exclusivamente banderas como elementos principales, además de los otros 6 que compartían protagonismo con El Álamo. La presencia de El Álamo como elemento principal demuestra que la mayor parte de los *souvenirs* son de asociación directa, son una representación del sitio que se ha visitado. Sin embargo, su relación con la presencia de banderas demuestra la catalización hacia

el nacionalismo del sitio, principalmente Texano, como podemos ver en la siguiente imagen.

Sin embargo, es también curiosa la variedad de elementos que podemos encontrar en la categoría “otros”. En esta categoría, han aparecido elementos 8 principales de tipo bélico (balas, cañones, soldados, polvorín, rifle, armas blancas...), 5 cuyo elemento principal es la figura de Davy Crockett, 2 con la ciudad de San Antonio y 3 con elementos diversos (juguetes y accesorios). Estos elementos, como los cañones o las balas aparecen igualmente de forma secundaria en torno a El Álamo o las banderas, y tienen un gran peso en la tipología “juguetes”.

En la pregunta anterior, si la respuesta estaba relacionada con una bandera, se redirigía a la siguiente pregunta: “¿Qué bandera?”

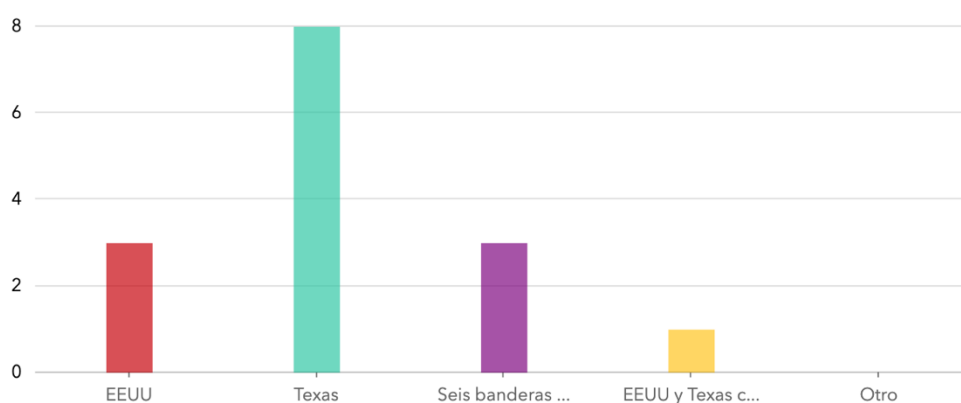


Fig. 8 ¿Qué banderas?

Como se puede observar (Fig. 8), la mayor parte de banderas representadas se corresponden con la Texana, priorizando un sentimiento nacionalista hacia el territorio estatal y no el nacional. La trayectoria jurisdiccional del territorio se representa claramente, como desarrollaré en la conclusión, en las seis banderas sobre Texas.

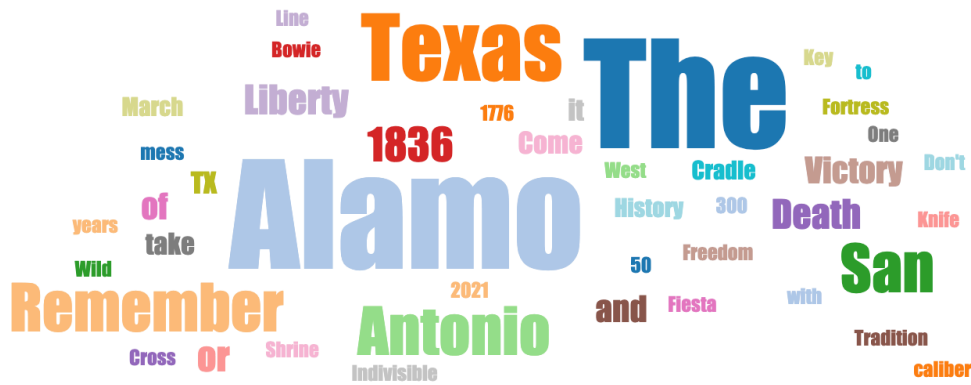
Al igual que en el caso de las banderas, si el elemento principal resultaba ser El Álamo, se redirigía a la siguiente pregunta: “¿Se representa algún elemento además de la fachada?” (Fig. 9).



Fig. 9 ¿Cómo se representa El Álamo?

Como se puede apreciar, en la inmensa mayoría de los casos, tan solo se representaba la fachada de El Álamo. Igualmente, la fachada de lo que fue la iglesia de la Misión de San Antonio de Valero ha perdido por completo esa dimensión religiosa: se ha convertido exclusivamente en un campo de batalla, el refugio de los que lo defendieron. El contexto urbano se representa exclusivamente en una de las obras de ficción, al igual que los elementos de la misión (alojamientos, campos, etc.) son mencionados exclusivamente en los libros de historia. La reducción de El Álamo, un sitio histórico, a la mínima expresión, reduce su simbolismo, complejidad y significación, a la de un lugar vulnerable, representante de la identidad Texana, que ha de ser recordado y defendido de aquellos que quieren tomarlo. En el caso de las representaciones de El Álamo compartido con la bandera, se representaba exclusivamente la fachada. El interés histórico y socio-cultural, al margen del campo de batalla, queda apartado en su totalidad, lo que implica que se invisibilice el pasado colonial y nativo-americano del sitio.

Los eslóganes y gritos de guerra también son elementos abundantes, en la mayoría de los casos, en relación a otros elementos gráficos. En esta nube de palabras, aparecen los términos usados más frecuentemente (Fig.10):



De nuevo, El Álamo vuelve a ser el protagonista, pero en la imagen se puede reconstruir fácilmente la frase “*Remember the Alamo*”. Es el eslogan más repetido en todos los *souvenirs*, estando presente en 10 de ellos, muchas veces en combinación con la fecha “1836” o la ubicación, “Texas”, situando el lugar en el tiempo y ampliando su ubicación a toda Texas. En un número más reducido de *souvenirs*, también se le ubica en San Antonio, pero de forma más reducida.

Otros gritos de guerra presentes en estos *souvenirs*, pueden ser “*Come and Take it*”, que desarrollaré más ampliamente en la discusión, o “*Victory or Death*”, con la variación de “*Liberty or Death*”. El Álamo termina siendo la fachada de un evento, su asedio, con todo lo que ello implica. La masacre de El Álamo, y su uso como justificación del conflicto (Fojas, 2008), se pueden resumir en la asociación de estas frases de corte bélico y la fachada que hoy en día se comercializa como un patrimonio vivo (Clemons, 2008).

Para terminar, la última pregunta de la encuesta es la relativa a los atributos era de opción múltiple, y las he seleccionado refiriéndome a elementos visuales o evocadores.

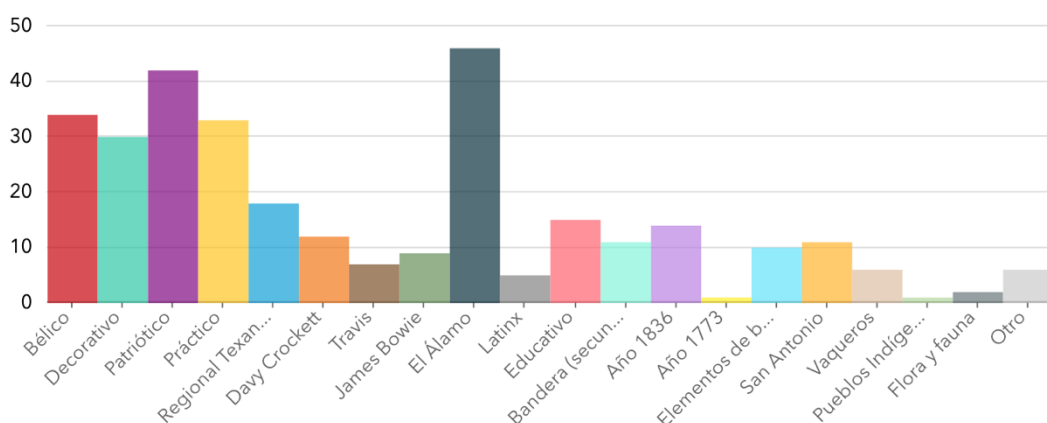


Fig. 11 Atributos

El Álamo está presente, de manera primaria o secundaria, en 46 de los 70 objetos estudiados (Fig. 11). Esto quiere decir, que aunque es un porcentaje alto (65,71%), hay una importante cantidad de objetos que se venden en la tienda que no están estrictamente relacionados con él. Es decir, es una asociación de carácter secundario, relacionada con el patriotismo o el belicismo, sin tan siquiera excusarlo con la representación del monumento. Esto nos hace ver que el perfil del cliente estaría principalmente buscando objetos relacionados con evocaciones de carácter patriótico, altamente relacionado con las banderas, o también, con el propio sitio. El carácter bélico del sitio ha quedado ya expuesto en anteriores secciones, sin embargo, aquí me quiero centrar en los atributos menos presentes. Otras dimensiones del sitio, como son la época colonial, la flora y la fauna, la población latina o los pueblos nativo-americanos, transversales a la amplia dimensión histórica del sitio, quedan reducidos a la mínima expresión y a la excepcionalidad, principalmente presentes en libros de historia o en objetos no relacionados con El Álamo.

La iconografía del salvaje oeste (indios y vaqueros) es incluso más relevante que la latina, cuando El Álamo ni siquiera se encuentra en una zona geográfica que se corresponde a la explorada por los cowboys. La era de exploración fue llevada a cabo por los españoles. La dimensión religiosa del sitio, es, por lo tanto, inexistente.

Igualmente, buena parte de los objetos representados tienen un papel práctico, educativo o decorativo: esto quiere decir que toman parte en diferentes espacios de la vida del comprador: el doméstico, el cotidiano o el crecimiento personal.

Los tres principales héroes que han trascendido en la historia tienen una representación similar: sin embargo, destaca el papel de Davy Crockett, que elaboraré en la discusión.

DISCUSIÓN

Los *souvenirs*

Creo necesario centrarme en una serie de objetos que me han parecido particularmente relevantes, tanto por su riqueza en simbolismo como por lo interesante de su significado.

1. Texas, Estados Unidos y las 6 banderas sobre Texas

Las banderas, como ya he dicho, son un elemento recurrente en toda la tienda. La más predominante es la del Estado de Texas, seguida de la de Estados Unidos, pero también existe una curiosa combinación de banderas presente a lo largo de todo el estado. Este conjunto es conocido como “las seis Banderas Sobre Texas” o las “Seis Banderas de Texas”, que podemos ver representado en el siguiente imán (Fig. 12).



Fig. 12 "Texas una e indivisible"

Lo que me llamó la atención de este imán en particular es el uso de las seis banderas de las diferentes naciones y estados que han tenido soberanía sobre el territorio que ahora es el Estado de Texas. El uso de las seis banderas de Texas de Six Flags over Texas podría surgir como un símbolo de un pasado multicultural, pero nada más lejos de la realidad. No solo esto está dejando de lado a las personas nativos americanos que alguna vez fueron las soberanas, sino que lo usa como un símbolo de Texas, generalmente presente en relación con negocios y empresas. El uso de la bandera parece separar el pasado de

los nativos americanos del pasado colonial. Las banderas que se muestran, comenzando desde la parte superior derecha y en el sentido de las agujas del reloj, son la bandera del Estado de Texas, la bandera de la República Mexicana (1823-1864, 1867-1893), la bandera de la Corona de Castilla (1529-1685), la bandera de la monarquía francesa (1684-1688), la primera bandera de los Estados Confederados de América y la bandera actual de los Estados Unidos (Texas Register, 1997). Esto se usa para resumir prácticamente los diferentes procesos históricos que conforman la identidad texana. Estas banderas se izan para dar cierta importancia a determinadas épocas, en una concepción muy simplista de construcción de identidad. Existen varias versiones de esta bandera, principalmente sustituyendo la bandera de Castilla por la del Reino de España. Estas banderas, como ya digo, excluyen a la población nativa y ensalzan el papel de los diferentes estados que han colonizado u ocupado el territorio, si bien es de los pocos objetos de la colección que ponen de sobresalto la dimensión multicultural del sitio y su pasado colonial. También, destacar el lema “Texas una e indivisible”, la corona de laurel, el cañón de Gonzales, el puente histórico (símbolo del desarrollo industrial del Oeste Americano) y la estrella solitaria, creando un *horror vacui* nacionalista.

2. Gritos de guerra

El título de este trabajo es una alusión al grito de guerra “*Remember the Alamo!*” (¡Recordad el Álamo!), que estableció la continuidad del conflicto de la revolución de Texas, saltando el bache que supuso la derrota en El Álamo. A pesar de la derrota, la masacre de El Álamo ha sido mitificada y se utilizó como excusa para justificar el movimiento nacionalista, más allá de los intereses políticos. En este sentido, “*Remember the Alamo*” no es el único grito de guerra que ha pasado a convertirse en parte de la cultura pop texano-americana. El siguiente imán es bastante representativo en este sentido (Fig. 13).

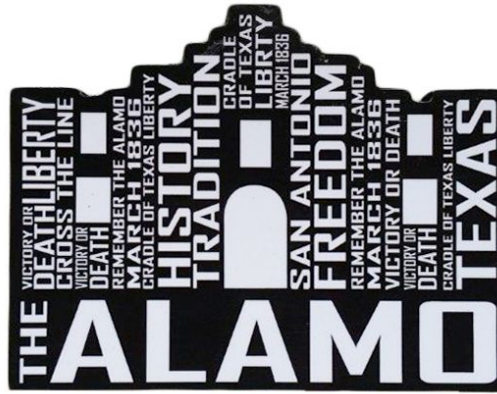


Fig. 13 Imán ilustrado

Dentro de la retahíla de palabras que se contemplan, destaca la palabra *tradition* (tradición). Es curioso, debido a la poca conexión existente entre lo evocado y las tradiciones coloniales españolas o católicas. Al fin y al cabo, El Álamo es una iglesia católica. Otras alusiones nacionalistas incluyen “*Cradle of the Texas Liberty*” (cuna de la libertad de Texas. *Victory or Death* (Victoria o Muerte) es también un lema ampliamente repetido entre los múltiples *souvenirs* que encontramos en la tienda. La violencia y el belicismo de esta frase llama a una de las vocalizaciones más repetidas del nacionalismo: la vida propia va por detrás que el estado, que merece tomar tu vida al ser defendido. Sin embargo, después de “*Remember the Alamo!*”, el grito de guerra más repetido en los diferentes *souvenirs* es el que podemos ver en esta imagen.



Fig. 14 Imán, andera de la batalla de Gonzales

En este, de nuevo, imán (Fig. 14), se reproduce la bandera utilizada en la batalla de Gonzales (Lindley, 2020), donde se recuperó el histórico grito de guerra *“Come and Take it”* (vengan a buscarlo) para usarlo como desafío de los supervivientes hacia el ejército Mexicano. El cañón representado, de fabricación mexicana (de ahí el desafío a recogerlo), terminó convirtiéndose en el símbolo de la rebeldía texana, junto con la estrella solitaria que aparece en la bandera del estado (Clemmons, 2008).

Juguetes

El carácter bélico de la relativamente amplia selección de juguetes de la tienda online de El Álamo es excepcional. En este análisis quiero centrarme en un par de detalles que han llamado mi atención.



Fig. 15 Flauta de bambú

A pesar de que esta flauta (Fig. 15) puede parecer de lo más inocente, ha sido uno de los objetos que ha traicionado a mi observación. Inicialmente, pensé que sería de los pocos objetos que hiciesen alusión, aunque no explícita, a las personas nativo-americanas que habitaron la Misión de San Antonio de Valero, décadas antes de la batalla de El Álamo. La flauta, fabricada en bambú, podría ser perfectamente una reproducción de un instrumento musical nativo-americano. Algunas variedades de caña de bambú son endémicas en Norteamérica, y se han empleado para gran variedad de usos (Gatliff, 2003). Sin embargo, al leer la descripción, vemos de nuevo una asociación bélica:

“ A music source for military to help pass the time. This flute is made from bamboo.”

Traducción: Una fuente de música para ayudar a los militares a pasar el tiempo. Esta flauta está hecha de bambú.”

De todas las asociaciones que se podían hacer con una flauta, la elegida es la militar. La música, en contextos bélicos, es efectivamente de vital importancia. Sin embargo, supone el mejor ejemplo de la reducción de un sitio como el Álamo a la dimensión bélica. Continuando con los juguetes, quiero destacar también, otro objeto que supone una de las únicas referencias a la época y dimensión colonial del sitio. La escalera de Jacob es un juguete con una larga tradición, que es denominado con este nombre de inspiración bíblica tanto en inglés como en castellano. Su nombre hace referencia al sueño del patriarca Jacob (génesis), que lo conecta con una amplia tradición cristiana. Durante la época colonial, fueron muy populares en las zonas de dominio español, lo cual es resaltado en la descripción del artículo.

Revisionismo presente

La selección de libros disponible en el Álamo es proporcionalmente alta (18,57%), además de dispar; desde autobiografías y obras de ficción hasta libros infantiles. Dentro de esta selección, se adaptan los libros a diferentes obras de lectura, tanto para jóvenes, como para adultos y público teóricamente especializado. Existe, sin embargo, una cierta uniformidad se puede apreciar. El carácter bélico de todos estos libros es evidente cuando un 84% de ellos están bien centrados en el conflicto o en la figura de uno de los participantes en él, David Crockett (78%).

De todos estos libros, hay únicamente uno retrospectivo, cuya mirada hacia atrás en el tiempo se remonta, aunque limitadamente, a época colonial, que tratar de crear la apariencia de una contextualización. Este libro tan genérico supone casi la excepción, pues en su mayoría, los libros parecen querer enfocar la historia de El álamo a los acontecimientos sucedidos durante el asedio. Desde 1836, El álamo ha quedado congelado en el tiempo, al igual que su narrativa, que pretende reescribirse con el paso de los años para reforzar un nacionalismo cada vez más cuestionado.

Davy Crockett

El gran protagonista, después de El Álamo y de las banderas, es sin duda David Crockett. Sin embargo, podemos hablar de una imagen de Crockett completamente creada mediante un proceso histórico, hasta el punto de pasar de ser un héroe folk, que inspiró canciones cuentos e historias, a ser el héroe pop que es hoy en día. El Davy Crockett histórico fue un político, cuyo papel en la vida de la frontera y en la revolución Texana ha sido acrecentado con el mito, pero también fue propietario de personas en situación de esclavitud (Smith, 2020). La imagen clásica de Davy Crockett proviene de la serie de Disney que ha sido mencionada anteriormente, y es la imagen que se comercializa aún a día de hoy en El Álamo.



Fig. 16 Gorro de piel de mapache

La representación de Davy Crockett más clásica e imitada es la derivada de la famosa serie de Disney. No existen imágenes históricas de este personaje con estos atuendos, inspirados en las ropas tradicionales de las personas nativo-americanas. Su representación como tal puede provenir por una mención en sus memorias, de que en un momento de su vida comenzó a usar semejantes ropajes (Mathis, 2015). Esta representación suaviza la imagen de Crockett: no es un soldado, ni un político. Es un hombre libre que protege a su patria, vive en la naturaleza y respeta la herencia del territorio, el epítome del “espíritu del sacrificio”. Fallecería, según cuenta la leyenda, ejecutado tras el asedio del Álamo, convirtiéndolo en una víctima. Este sombrero de piel

de mapache (Fig. 16), a la venta en la tienda oficial, es el elemento más fácilmente asociado a Davy Crockett, que los jóvenes pueden portar en su honor. Un personaje tan complicado y polémico, que ha sido suavizado y acercado a los niños de diversas formas, supone una capitalización fácil, especialmente debido a la intergeneracionalidad del personaje, e incluso de consumo inmediato. El Álamo es el mejor marco para llevarlo puesto, nada más salir de la tienda. Los gorros de piel de mapache, tradicionalmente empleado por personas nativo-americanas, han sido apropiados por los admiradores de Crockett, impidiendo una correcta contextualización del objeto y un ejemplo interesante de apropiación cultural extendida en el tiempo.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo ha versado en la cuantificación de unos datos cualitativos presentes en un corpus de 70 objetos, contextualizados social e históricamente. Sin embargo, la base ha estado clara desde el principio: todos estos objetos han sido creados para ser comercializados. Independientemente del destino de los beneficios, corresponden a un perfil de comprador específico que ha de ajustarse al del perfil del visitante: en la tienda de un museo, se venden objetos específicos, de la misma manera, en El Álamo se venden productos creados o seleccionados para que quieran ser adquiridos por las personas que lo visitan.

Homogeneidad en la colección

La colección creada, que si bien ha de tenerse en cuenta que no es estática, corresponden a unos criterios fáciles de identificar una vez hecho el análisis. Se comercializan objetos para diferentes dimensiones de la vida: unos, como las camisetas, que se pueden llevar puestos, otros elementos decorativos para el hogar, juguetes para el entretenimiento y libros para el aprendizaje. La colección es diversa y compensada. Se entrelazan diferentes elementos, pero sí que destacan algunos que bien podrían venderse en cualquier otro lugar de Texas. Con estos objetos, se puede demostrar públicamente y en el espacio doméstico, ya no solo la visita a la cuna de la libertad Texana, sino el sacrificio nacionalista tan sentido, canalizado a través de El Álamo.

Tras la tienda de *souvenirs* de El Álamo, se han construido en torno al sitio una enorme infraestructura comercial que aprovecha el potencial comercial que genera El Álamo: al final, supone un reclamo para vender cualquier tipo de parafernalia nacionalista, que se complementa con diferentes opciones de ocio alternativas, las cuales, podrían estar en cualquier otro lugar del mundo. El Álamo supone un ejemplo de lo más evidente de la ideología que puede contener el patrimonio cultural (Schram, 2020): el uso de este sitio como objeto de consumo destaca por el carácter relacional o secundario de los productos.

Guerra y paz

Si bien no he dejado de mencionar el carácter bélico de buena parte de los objetos, no puedo olvidarme de mencionar el contraste entre éstos y aquellos que intentan blanquear la violencia de la revolución Texana y sus protagonistas. La producción cultural generada en el sitio podría dividirse, según lo que hemos visto en el análisis de los resultados, en dos: lo bélico y lo no tan bélico. Al estar la narrativa del sitio tan íntimamente relacionada con un evento que dista del pacifismo, no solo por ser exhibido y exaltado, sino defendido. Si bien es evidente que buena parte de estos objetos exhiben sin pudor estos eventos y los usan para justificar acciones posteriores de forma sutil, existe otra serie de objetos, que de alguna manera, blanquean el conflicto. Independientemente de la naturaleza de este conflicto, su mercantilización normaliza el uso de la violencia para defender un ideal, al fin y al cabo, político. Los eslóganes carecen de profundidad y de contexto: si bien la gran mayoría de las personas que viven en Texas han oído hablar de la Revolución de Texas, el uso, aún a día de hoy, de diferentes justificaciones del conflicto, puede suponer conflictos sociales en el presente. La falta de inclusión en la narrativa del sitio más, en teoría, representativo de San Antonio y Texas, debido en buena parte al papel de las Hijas de la Revolución de Texas, muy probablemente supondrá un problema a largo plazo: sin embargo, la inclusión de minorías debe hacerse teniendo en cuenta la conflictividad que ello implica el patrimonio cultural de origen colonial. Los tiempos coloniales tampoco son tiempos de paz, por lo que la narrativa alternativa que propongo tampoco es fácil de desarrollar de forma inclusiva.

Creando la idea del patrimonio

Si bien el merchandising del resto de Misiones de San Antonio no ha sido objeto de estudio debido a lo reducido de la colección disponible online, sí que creo que es relevante reseñar el contraste para poner de manifiesto los esfuerzos realizados durante décadas para convertir El Álamo en un lugar de peregrinación nacionalista.

La tienda oficial del National Park Service, operada por Western National Parks Association (público) tiene un reducido catálogo de *souvenirs*, compuesto por imanes, pegatinas y libros (Fig. 16). Los diferentes objetos, protagonizados por las diferentes

misiones, ofrecen una visión más integral de éstas, si bien el elemento principal que se representa son las iglesias. Sin embargo, la perspectiva oblicua con la que se captura la imagen, permite una visión menos reduccionista que la de El Álamo, al no representarse exclusivamente la fachada e incluirse elementos del entorno. Las iglesias de las Misiones de San Antonio, si bien siguen siendo lugares de culto, con toda la relevancia social y cultural que ello implica, no dejan de ser los mega artefactos (Bezerra, 2018), que contienen todo el significado del resto de la misión, mayormente desaparecida.



Fig. 17 Souvenir de la tienda oficial del Parque Histórico Nacional de las Misiones de San Antonio

No se comercializan banderas, obras de ficción o indumentaria, si bien la tienda física es muy similar a la de cualquier otro parque del NPS. Esta comercialización, mucho más centrada en el valor cultural, estético, identitario y patrimonial del objeto, contrasta con el valor ideológico que encontramos en los *souvenirs* comercializados en la tienda oficial de El Álamo. Diferentes construcciones del valor del patrimonio, que cobran sentido en la diversificación de la gestión de El Álamo (principalmente, por su papel en la Revolución de Texas) por las Hijas de la República de Texas, si bien actualmente, por el Álamo Trust, tras el conflicto de intereses con George P. Bush (Wright, 2019), y del resto de Misiones, que pasaron a formar parte del Parque Histórico Nacional de las Misiones de San Antonio. Sin embargo, el conflicto entra tras la declaración, en el año 2015, de las 5 misiones de San Antonio como Patrimonio de la Humanidad. La declaración de Valor Universal Excepcional no recoge en ningún momento el papel de El Álamo como campo de batalla y refugio durante el asedio. El conflicto de valores no es solo ideológico, pero también pone de contraste la localidad con la globalidad.

Davy Crockett, mitología americana

Tras décadas de esfuerzos, la imagen de Davy Crockett, político y defensor de la esclavitud, se ha convertido en el gran héroe americano, defensor de la rebeldía y el espíritu aventurero. La intergeneracionalidad del héroe, que ha llegado a ser transmitida de padres a hijos, ha ayudado a mantener esta suerte de tradición. Convertido en un héroe del *mainstream* durante el siglo XX, forma parte de la cultura de masas que hoy en día impera en Estados Unidos y el resto del mundo occidental. Davy Crockett ha estado presente en la cultura material de este trabajo porque es un personaje que tiene éxito y es fácil de vender: no hay cultura de masas sin capitalismo (Martel, 2010). La cultura popular Estadounidense relacionada con El Álamo ha influido directamente en la producción de *souvenirs*, ya no solo con la representación de elementos bélicos, sino por la cinematografía de sus mitos: cánticos, gritos, y personajes, son los elementos principales, además del escenario. El Davy Crockett de la tienda de El Álamo es el Davy Crockett *pop*, no el David Crockett histórico.

Recuerdos de El Álamo

La evocación a la memoria, mediante un objeto creado para recordad, un *souvenir*, resulta tener una doble funcionalidad. La evocación al recuerdo que crea el objeto en sí va más allá de la visita al sitio. Hace recordar la presencia cultural de éste en la iconografía pop, creando una idea de tradición bastante forzada. Un evento histórico como la batalla de El Álamo, que queda casi 200 años atrás en el tiempo, se sigue viviendo, justificando e incluso recreando, formando parte del imaginario de miles de personas. No sería justo hablar de invención de la tradición, pero sí de la creación de una memoria histórica, en la que el capitalismo tiene una gran influencia. La venta de parafernalia ideológica y nacionalista es ampliamente evidente en Estados Unidos, permitiendo expresar un sentimiento compartido. En el caso de el sur de Estados Unidos, el sentimiento de pertenencia a través de la memoria y de la expresión pública, es especialmente destacado (Brundage, 2000), como se ha podido observar en este trabajo.

Oportunidades

El margen que proporciona un trabajo de fin de Máster no deja de ser un espectro reducido para trabajos a gran escala. Sin embargo, resulta ser una oportunidad perfecta

para poner en práctica metodologías y objetos de estudio de forma experimental, con el objetivo de plantear investigaciones a gran escala. Debido a lo reducido de la muestra, sería interesante proponer una ampliación del caso de estudio no solo a la tienda física de El Álamo, sino a las tiendas de alrededor y a las tiendas oficiales del resto de misiones de San Antonio. Entendiendo mejor el contexto urbano, se pueden llegar a ofrecer mejores opciones de *souvenirs*, para públicos más amplios y más inclusivos con otras minorías, aunque sea de forma gradual, pudiendo ser un primer paso en la unificación de las narrativas de los sitios.

Bibliografía

Altizer, William (2007): Cultural Identity and Continuity at the Missions of New Spain: Examining the Native American Experience at the Spanish Missions of Texas, en *Nebraska Anthropologist* 27. Lincoln: University of Nebraska Press

Appadurai, Arjun (1986): *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press

Barr, Juliana (2007): *Peace Came in Form of a Woman: Indians and Spaniards in the Texas Borderlands*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press

Bezerra, Marcia (2018): When the ruins are gone: The sensible dimension of the heritage reconstructions, en *ICOMOS University Forum*, 1, pp: 1-12

Brear, Holly Beachley (1995): *Inherit the Alamo: Myth and Ritual at an American Shrine*. Austin: University of Texas Press

Brown, Bill (2001): Thing Theory. *Critical Inquiry* Vol. 28, No. 1, Things, pp: 1-22

Brundage, W. Fitzhugh (2000): *Where These Memories Grow: History, Memory, and Southern Identity*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press

Burrough, Bryan; Tomlison, Chris y Stanford, Jason (2021): *Forget the Alamo: the Rise and Fall of the American Myth*. New York: Penguin Press

Burrough, Bryan y Stanford, Jason (2021): We've Been Telling the Alamo Story Wrong for Nearly 200 Years: Now It's Time to Correct the Record. *TIME MAGAZINE* [en línea], (consulta: 7/9/21) Disponible en: <https://time.com/6072141/alamo-history-myths/>

Campeanu, Claudia (2003): Tourism, Modernity, and Heritage Production at the Alamo, en *Advances in Consumer Research* Volume 30, pp: 357-360

Chipman, Donald E. y Joseph, Harriett Denise (2010): *Spanish Texas, 1519-1821, Revised Edition*. Austin: Clifton and Shirley Caldwell Texas Heritage, University of Texas Press

Cipolla, Craig N. y Howlett Hayes, Katherine (2015): *Rethinking Colonialism. Comparative Archaeological Approaches*. Gainesville: University Press of Florida

Clemons, Leigh (2008): *Branding Texas: Performing Culture in the Lone Star State*. Austin: University of Texas Press

Csikszentmihalyi, Mihaly (1993) "Why We Need Things", en *History from Things: Essays on Material Culture*. Washington D.C.: Smithsonian Institution, pp: 20-29

Domínguez, María Esther (1989): *San Antonio, Tejas, en la Época Colonial (1718-1821)*. Madrid: Cultura Hispánica

Garcia-Esparza, Juan (2018): Clarifying dynamic authenticity in cultural heritage. A look at vernacular built environments, *ICOMOS University Forum*, 1, pp: 1-12

Gatliff, Robert (2003): *Anatomy of the Plains Flute and what goes on inside it*. Flute Tree Foundation [en línea] [Consulta: 2/9/21] Disponible en: <https://www.flutetree.com/nature/InsideNAPF.html>

Flores, R.R. (1998): Memory-Place, Meaning, and the Alamo, en *American Literary History* 10(3), pp: 428-445.

Fojas, Camila (2008): *Border Bandits: Hollywood on the Southern Border*. Houston: University of Texas Press

González-Ruibal, Alfredo (2010): Colonialism and European Archaeology, en Jane Lydon and Uzma Rizvi (eds.): *Handbook of Postcolonial Archaeology*. Walnut Creek: Left Coast Press, pp. 39-50.

Gonzalo Velasco, Maria Esther (2019): *Galicismos y falsos amigos entre el español y el francés*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca

Gomez-Barris, Macarena (2017): *The extractive zone: social ecologies and decolonial Perspectives*. Durham: Duke University Press

Gosden, Chris and Marshall, Yvonne (1999): The cultural Biography of Objects. *World Archaeology* 31:2, pp: 169-178

Gosden, Chris (2005): What do objects want?, *Journal of Archaeological Method and Theory*, 12 (3), pp: 193-211

Hämäläinen, Pekka (2008): *The Comanche Empire*. New Haven: Yale University Press,

Harrison, Rodney (2013): *Heritage. Critical approaches*. Abingdon and New York: Routledge.

Harrison, Rodney; Ferris, Neil and Wilcox, Michael (2014): *Rethinking Colonial Pasts through Archaeology*. Oxford: Oxford University Press

Hedstrom, Margaret and King, John Leslie (2002): *On the LAM: Library, Archive and Museum Collections in the Creation and Maintenance of Knowledge Communities*, [en línea] [Consulta: 13/3/2021] Disponible en: <https://www.oecd.org/education/innovation-education/32126054.pdf>

Holtorf, Cornelius (2012): The Heritage of Heritage, *Heritage and Society*, Vol. 5, Issue 2, pp: 153-177

Holtorf, Cornelius (2018): Conservation and heritage as future-making. *ICOMOS University Forum 1*, pp: 1-13

Kapferer, Judith (2006): Heritage Tourism and Identity Instruction: Whose Heritage? Whose Benefit), en *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 19:2, pp: 219-232

Koziol, Christopher (200): Historic Preservation Ideology: A Critical Mapping of Contemporary Heritage Policy Discourse, en *Preservation Education and Research*, Volume 1, pp: 41-84

Latour, Bruno (2005): Del Realpolitik al Dingpolitik– o de cómo hacer las cosas públicas, en *Acta Sociológica* Num. 71 (2016) pp: 13-50. Ciudad de México: UNAM

Lindley, Thomas Ricks (2020): Gonzales Come and Take It Cannon, en *Handbook of Texas*. Austin: Texas State Historical Association

Macdonald, Sharon (2016): Is “Difficult Heritage” Still “Difficult? Why Public Acknowledgment of Past Perpetration May No Longer Be so Unsettling to Collective Identities. *Museum International* No. 265-268, ICOM

Martel, Frédéric (2010): *Cultura Mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Santillana

Mathis, Don (2015): David Crockett: The Alamo's Hero, Villain, and Myth, en *San Antonio Report* [en línea] [Consulta: 4/9/21]. Disponible en: <https://sanantonioreport.org/david-crockett-the-alamos-hero-villain-and-myth/>

McDowell, Sara (2008): Heritage, Memory and Identity, in B. Graham, & P. Howard (Eds.), *Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*. Aldershot: UK: Ashgate

Martínez Fernández, Andrea (2021): Desequilibrios en los Valores Depositados y el Discurso Colonial: las Misiones De San Antonio (Texas) como Conjunto Patrimonio Mundial, en *Actas del Congreso Internacional sobre Gestión de Patrimonio Arqueológico*, Madrid

Pannich, Lee (2020): *Narratives of Persistence: Indigenous Negotiations of Colonialism in Alta and Baja California (Archaeology of Indigenous-Colonial Interactions in the Americas)*. Tucson: University of Arizona Press

Prown, Jules Davis (1982): *Mind in Matter, An Introduction to Material Culture Theory and Method*. Winterthur: The Henry Francis Du Pont Museum

Ramos, Raúl (2008): *Beyond the Alamo: Forging Mexican Ethnicity in San Antonio, 1821-1861*. Raleigh: University of North Carolina Press

Revathi (1998): *Effeminism The Economy of Colonial Desire*. Chicago: The University of Michigan Press

Schram, Katharina (2015): Heritage, Power and Ideology. En Waterton E., Watson S. (eds.): *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*. London: Palgrave Macmillan

Smith, Laura Jane (2006): *The Uses of Heritage*. Oxon: Routledge

Smith, Robert (2020): Las cinco guerras norteamericanas por la esclavitud, en *Wall Street International* [en línea] [Consulta: 2/9/21] Disponible en: <https://wsimag.com/es/cultura/63538-las-cinco-guerras-norteamericanas-por-la-esclavitud>

Texas General Land Office (2015): When pop culture meets history: A comparison of David Crockett and Jedediah Springfield. *Medium* [en línea] [Consulta: 1/9/21]

Disponible en: <https://medium.com/save-texas-history/when-pop-culture-meets-history-a-comparison-of-david-crockett-and-jebediah-springfield-8da69ab51887>

Texas Historical Commission (1997): Recommended Historic Designs: The "Six Flags Over Texas. *Texas Register* [en línea], Volume 22, nº46, pp 5869-5980. www.texashistory.unt.edu/ark:/67531/metapth176676/m1/89/

Thoms, Alston; Vasquez, Ramon Juan and Martínez de Vara, Art (2021): Battling the Alamo. Toward preservation and protection of Coahuiltecan legacies and *camposantos*, en Panich, Lee and González, Sara (eds.) (2021): *The Routledge Handbook of the Archaeology of Indigenous-Colonial Interaction in the America*. Abingdon: Routledge

Torre, Marta de la (2002). *Assessing the Values of Cultural Heritage: Research Report* [en línea]. Los Angeles, CA: Getty Conservation Institute. [Consulta: 19/7/21] Disponible en: http://hdl.handle.net/10020/gci_pubs/values_cultural_heritage

Tumarkin, Maria (2019): Twenty Years of Thinking about Traumas, en *Fabrications*, 29:1, pp: 4-20

Webner, Richard (2021): Alamo renovation gets stuck over arguments about slavery, en *The Texas Tribune* [en línea], 10 de Mayo 2021. [Consulta: 29/8/21] Disponible aquí: <https://www.texastribune.org/2021/05/10/alamo-renovation-slavery/>

Wright, Lawrence (2019): *Dios Salve a Texas: Viaje al Futuro de Estados Unidos*. Barcelona: Debate